

# Marktwerking nieuwe stijl: niet de klant, maar het grootbedrijf is koning

www.ftm.nl  
november 3de, 2012

Het is een van de meest misbruikte termen in ons economische vocabulaire: 'marktwerking'. Als marktwerking een persoon was, had ze er met recht een #metoo-tweet uit kunnen sturen. Voor politiek rechts fungeert de term als het paard van Troje om maatregelen door te drukken die veelal juist het tegenovergestelde van een vrije markt bewerkstelligen. Door politiek links wordt de 'vrije markt' ondertussen verguisd als oorzaak van problematiek die veelal juist ontstaat uit een *gebrek* aan marktwerking. En zo wordt de vrije markt langzaamaan met uitsterven bedreigd.

## De 'vrije' schoolboekenmarkt

Collega Sophie Stadhouders schreef afgelopen zaterdag een artikel met daarin een schoolvoorbeeld van een (vrije) markt zonder marktwerking. In Nederland verzorgen slechts drie bedrijven de volledige distributie van lesmateriaal in het voortgezet onderwijs. En met een marktaandeel van zo'n 70 procent is Van Dijk praktisch monopolist.

De huidige distributiemarkt voor lesmateriaal is tot stand gekomen dankzij de hervormingen van oud-PvdA-minister van Onderwijs Ronald Plasterk. De overheid betaalt sinds 2008 alle middelbare schoolboeken. De distributie-opdrachten worden via aanbestedingen toegekend; met de bedoeling dat de marktwerking op de schoolboekenmarkt zou toenemen. De beloofde kostenbesparingen en concurrentie op de leermiddelenmarkt bleven echter uit. De voormalige aandeelhouders van Van Dijk zullen niet klagen: zij kunnen trots zijn op hun notering in de nieuwe Quote 500.

Marktwerking: een goed restaurant met betaalbaar prijskaartje trekt meer klanten dan een veredelde snackbar

Plasterk zag een belangrijk effect van zijn hervormingen over het hoofd: vanwege de strenge aanbestedingseisen werd het voor de lokale boekhandel niet meer rendabel om mee te dingen naar de distributie-opdrachten. Zonder last van concurrentie en met de overheid als betalende partij, geeft Van Dijk de kwaliteit van levering niet de hoogste prioriteit. Wie zijn schoolboeken wel op tijd ontving en het economieboek erop naslaat, zal dit echter niet verbazen: van een vrije markt en marktwerking is hier absoluut geen sprake.

## De suggestie van een vrije markt

Marktwerking laat zich kenmerken door keuzevrijheid voor de klant, concurrentie tussen aanbieders en eenvoudige toetreding van nieuwe spelers. Als de consument de mogelijkheid heeft om een goede afweging tussen prijs en kwaliteit te maken, zullen

ondernemers moeten wedijveren om de gunst van de klant. Zo zal een restaurant met een goede chef-kok, vriendelijke bediening en betaalbaar prijskaartje meer klanten trekken dan een veredelde snackbar waar je de hoofdprijs betaalt. Er moeten dan natuurlijk wel voldoende restaurants zijn om uit te kiezen, zodat ondernemers ook echt worden aangespoord om betere en goedkopere producten te leveren.

Wanneer de klant daarentegen is overgeleverd aan de gratie van enkele grote aanbieders - een oligopolie - komt er van de voordelen van marktwerking niet zo veel terecht. Althans: niet voor de burger.

De suggestie van een vrije markt zorgt niet voor prikkels om betere diensten te leveren

Binnen een oligopolie zijn de keuzemogelijkheden voor de consument beperkt en zorgen schaalvoordelen voor barrières voor nieuwe toetreders. De 'suggestie van een vrije markt' zorgt niet voor prikkels om betere diensten te leveren, maar schept wél mogelijkheden om de klant de maximale prijs te laten betalen. 'Hij kiest er nog steeds zelf voor' luidt het excuus waarmee onderling de buit wordt verdeeld.

Oligopolies zijn in veel industrieën de standaard geworden, ook in branches waar private bedrijven publieke nutsfuncties vervullen, zoals banken of zorgverzekeraars. Tegelijkertijd weten we dat de scheidslijn tussen een (legaal) oligopolie en (illegaal) kartel heel dun is en de mededingingswet continu wordt overtreden. Dit jaar nog kreeg KLM-Air France een boete van 325 miljoen opgelegd vanwege prijsafspraken. Het internationale bankenkartel sjoemelde stelselmatig met de Libor-rente en *Der Spiegel* onthulde dat het Duitse automobielkartel jarenlang prijsafspraken maakte en de uitstooteisen aan zijn laars lapt. De klant betaalt te veel, maar voor de grote bedrijven is het een simpel rekensommetje: als je gesnapt wordt, tref je achteraf gewoon een dealtje met de overheid. Dat levert meer op dan je aan de regels houden.

"Afschaffing van de dividendbelasting werd niet ingeschat als een unique selling point in de democratische marktwerking voor volksstemmen"

## Haagse marktwerking

De echte politicus of topambtenaar begrijpt immers hoe de corporate wereld werkt. En als ze er niet zelf net vandaan komen, zijn ze vaak wel te verleiden door het vooruitzicht van een mooi baantje na de politieke loopbaan. Zo wordt menig oud-minister CEO, commissaris of partner bij een bank of accountancybedrijf. En natuurlijk is er altijd nog ABDTOPconsult voor de uitgerangeerde bestuurder.

Begrip van het bedrijfsleven wil nog niet zeggen dat politici de randvoorwaarden voor marktwerking in het oog houden

Begrip van het corporate bedrijfsleven wil alleen nog niet zeggen dat politici ook de randvoorwaarden voor daadwerkelijke marktwerking in het oog houden. Zeker niet wanneer ze zich op een andere concurrentiestrijd storten: de strijd om de kiezer. Zo lezen we in het kersverse regeerakkoord 'Vertrouwen in de toekomst' dat de dividendbelasting wordt afgeschaft. Dat is opmerkelijk, want geen enkele coalitiepartij had dat voornemen in haar verkiezingsprogramma staan. Blijkbaar werd deze maatregel - die de schatkist 1,4 miljard euro per jaar gaat kosten - niet ingeschat als een unieke selling point in de democratische marktwerking voor volksstemmen.

Wanneer een product na aankoop niet overeen blijkt te komen met de beschrijving die op de verpakking stond, ga je terug naar de winkel om het te ruilen. Maar nu de verkiezingen voorbij zijn en de burger niet meer kan kiezen voor een andere politieke aanbieder, hebben de winnaars van de politieke aanbesteding vrij spel om zich te richten op hun andere klant: het internationale bedrijfsleven.

## Landencompetitie

Het zijn multinationals met buitenlandse aandeelhouders die profiteren van de afschaffing van de dividendbelasting. Het nieuwe kabinet maakt daar geen geheim van: 'Wij willen dat Nederland een land is waar het voor ondernemingen aantrekkelijk is om zich te vestigen en van waaruit Nederlandse bedrijven handel kunnen drijven over de hele wereld.' Marktwerking krijgt zo een heel andere betekenis: het verwijst niet naar de concurrentie tussen bedrijven om de gunst van de burger, maar naar de competitie tussen landen om grote corporates aan zich te binden.

Toch blijft het fabeltje keer op keer aanslaan bij de politiek

Het moge duidelijk zijn dat de voordelen van marktwerking op die manier ook bij die nieuwe klant terecht komen en niet bij de burger, of de kleine ondernemer. Daarover is de nieuwe regering dan weer wat minder transparant. Zo luidt de verantwoording in het regeerakkoord: 'Daar profiteert Nederland van, want deze bedrijven voegen werkgelegenheid, innovatie en kracht toe aan onze economie.' Een beproefd spinsel dat niet op feiten is gebaseerd: het MKB presteert op deze vlakken structureel beter dan de internationale corporates. Ook het Centraal Planbureau (CPB) laat niets heel van de officiële verantwoording: 'Over de gevolgen van deze eventuele effecten voor de Nederlandse economie heeft het CPB geen empirisch bewijs.' Toch blijft het fabeltje keer op keer aanslaan bij de politiek.

## Marktwerking en de lobbyist

Dat er 'geen enkele lobbyist' is gekomen met het idee voor de afschaffing van dividendbelasting, zoals Alexander Pechtold tegen BNR nieuwsradio zegt, is een leugen. Zo schreef Shell in haar lobby-input voor de afgelopen verkiezingen: 'De dividendbelasting werkt marktverstrend en dat is nadelig voor de concurrentiepositie van Nederland als vestigingsland ten opzichte van andere landen.' Een verhaal waar Shell al minstens een decennium mee lobbyt. En het zou mij verbazen als Shell het enige

grootbedrijf is dat met deze boodschap bij de politieke leiders is rondgegaan. Gezien de huidige overnamedruk op Unilever zou CEO Paul Polman wel gek zijn als hij Mark Rutte en Alexander Pechtold niet een keer zou hebben opgebeld.

'Marktverstoring is een doodzonde,' spinnen de lobbyisten van het grootbedrijf

Shell en Unilever mogen dan de trots van het Nederlandse bedrijfsleven zijn, het oliebedrijf en levensmiddelenconcern beantwoorden de nationale liefde zelden met evenveel hartstocht: geen lobbymogelijkheid blijft onbenut om de belastingbijdrage voor de BV Nederland tot een absoluut minimum te beperken. Wat goed is voor het grootbedrijf, is goed voor Nederland, luidt het devies.

Marktwerking wordt daarbij als heilige graal aangedragen. 'Marktverstoring is een doodzonde,' spinnen de woordvoerders van het grootbedrijf. Tenminste: wanneer het gebruikt kan worden om de belangen van het bedrijf te behartigen. Met principes of overtuigingen heeft het weinig te maken, want wanneer marktverstoring de multinational wel uitkomt, blijft het angstvallig stil.

## Publieke sponsoring

Zo profiteren Shell en Unilever, net als een flink aantal andere corporates, zonder bezwaar van het opkoopprogramma van de Europese Centrale Bank (ECB) - de grootste (en mogelijk illegale) marktverstoring sinds de recente geschiedenis van het kapitalisme. Binnen het Corporate Sector Purchase Programme heeft de ECB al voor meer dan 110 miljard euro aan bedrijfsobligaties opgekocht in de markt.

Van vrije marktwerking is absoluut geen sprake, ook niet binnen het opkoopbeleid: enkele bureaucraten beslissen op volledig niet-transparante wijze welke schuldpapieren worden aangekocht. De koersen van die obligaties worden op deze manier kunstmatig omhoog gestuwd, waardoor Shell en Unilever profiteren van goedkope financieringsmogelijkheden. Een privilege waar het MKB alleen maar van durft te dromen.

Van een goed functionerende vrije markt profiteert iedereen; van een mono- of oligopolie profiteren enkele grote marktpartijen

## Ongelijk speelveld

De ECB financiert zo de activiteiten van het grootbedrijf met publiek geld. Er ontstaat hierdoor een ongelijk speelveld, en dat hoort niet thuis in een vrije markt. Of het nu over schoolboeken, olie of banken gaat: het is aan de overheid om marktmonopolies te bestrijden in plaats van ze in stand te houden met onderhandse belastingdeals, monetaire financiering of aanbestedingen. Daar zou zowel politiek rechts als links het toch mee eens moeten zijn?

Van een goed functionerende vrije markt profiteert iedereen; van een mono- of oligopolie profiteren enkele grote marktpartijen ten koste van de burger. De telecomproviders treuren er wellicht om, maar de Europese burger kan sinds deze zomer eindelijk voor een marktconform tarief naar het buitenland bellen. Dat komt omdat de overheid daar heeft ingegrepen en de juiste condities heeft geschapen voor concurrentie op dienstverlening en kwaliteit. En dan bedoel ik concurrentie tussen bedrijven en vóór de burger, niet tussen landen vóór een gunstiger belastingklimaat.

De monetaire geldkraan voor het grootbedrijf open laten staan om vervolgens de dividendbelasting af te schaffen, terwijl lastenverlichting voor de gewone man opnieuw uitblijft; het heeft alles weg van een double whammy. Het sprookje van marktwerking moet er ondertussen voor zorgen dat de burger rustig de andere kant opkijkt. Welke klant is nou eigenlijk koning in onze maatschappij?