

Bond zonder zonden?

Auteur(s):

Cramer, J.S.

Emeritus hoogleraar Universiteit van Amsterdam.

Verschenen in:

ESB, 84e jaargang, nr. 4197, pagina 243, 2 april 1999

Rubriek:

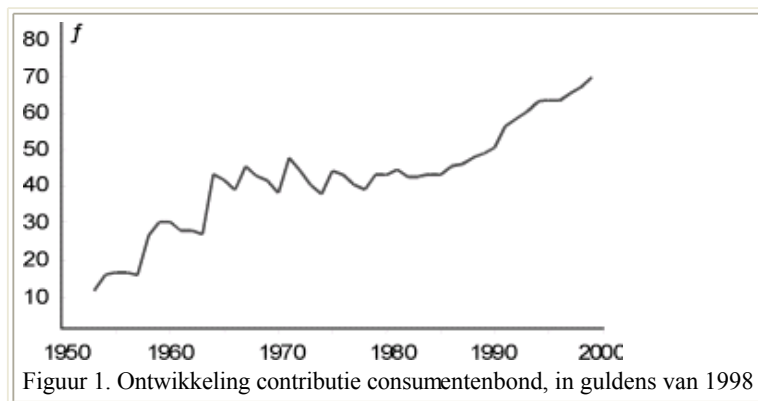
Prikkel

Trefwoord(en):

consumptie

Aan het begin van dit jaar maakte de Consumentenbond zich erg druk over de verhoging van de ziektekostenpremies en verlangde zij op hoge toon dat de verzekeraars daarover verantwoording zouden afleggen. Maar tegelijkertijd bleef de bond, overigens op veel geringere schaal, in gebreke om de stijging van de eigen contributie op bevredigende wijze te rechtvaardigen. Die contributie werd met ingang van 1999 met f 3,60 verhoogd tot f 69,80; dat is 5,8% meer dan in 1998. Volgens de toelichting in de Consumentengids van december 1998 "vloeit deze verhoging voor het grootste deel voort uit de stijging van het algemene kostenpeil". Het grootste deel, dat is meer dan de helft, de helft van 5,8% is 2,9%, dus zou het algemene prijspeil een stijging moeten vertonen van meer dan 2,9%. Dat is maar moeilijk te rijmen met de prijsindex van de gezinsconsumptie van het CBS, die in de twaalf maanden van oktober 1997 tot oktober 1998 slechts met 1,8% omhoog ging. Voor het andere deel van de prijsverhoging krijgen de leden in 1999 "meer tests, adviezen en achtergrondinformatie" op 32 bladzijden meer Consumentengids, dat is een uitbreiding met 3,2%. Ook gezamenlijk kunnen de inflatie en de uitbreiding de prijsstijging dus niet rechtvaardigen.

De knullige uitleg van de Consumentenbond steekt nog gunstig af bij andere jaren. De contributie van de bond is namelijk de laatste 22 jaar ieder jaar verhoogd en dan ten hoogste met vage verwijzingen naar de prijsontwikkelingen. Vaak bleven echter ook die achterwege. Dat is geen wonder want de laatste tijd stijgt de contributie over het geheel genomen (veel) sterker dan de prijsindex; over de laatste tien jaar, van 1989 tot 1999, steeg de contributie zelfs ruim 40% méér dan de prijsindex (zie [figuur 1](#)).



Dit is niet altijd zo geweest. De grafiek toont het verloop van de contributie, uitgedrukt in gulden van 1998. Het eerste jaar is 1953. Toen werd de bond opgericht als een kleine vereniging waarvan de onbezoldigde bestuursleden in de avonduren aan de keukentafel met een brievenweger controleerden of de fabrikant wel genoeg tandpasta in de tubes had gedaan. Bij de oprichting werd de contributie vastgesteld op twee gulden per jaar (dat zou nu bijna twaalf gulden zijn). Zodra de vereniging wat groter werd was dit natuurlijk veel te weinig, en in de eerste tien jaar werd het bedrag al tegenstribbelend opgetrokken tot tien gulden in 1964 (nu f 42). Daarna wilde men de contributie maar het liefst gelijkhouden, maar nu lukte dat niet door de inflatie. Het gevolg was dat de contributie telkens een paar jaar lang op hetzelfde bedrag bleef en dan met een schok werd aangepast aan het intussen gestegen prijspeil. Toch bleef de contributie in reële termen in grote trekken gelijk. In 1985 begint echter een stijging die de prijsindex te boven gaat, en die houdt tot de dag van vandaag aan.

Maar moet de contributie dan de consumentenprijs volgen? De tijd van prijsbeheersing is immers voorbij, toen iedere prijsstijging op grond van specifieke kostenstijgingen moest worden gerechtvaardigd. Tegenwoordig wordt de prijsvorming aan de markt overgelaten met hooguit een kritische kanttekening in het geval van een monopolie, die overigens best op de bond van toepassing zou kunnen zijn. Misschien ook stijgen de kosten van de Consumentenbond, indachtig de theorie van Baumol, sterker dan van andere producten omdat er zo weinig productiviteitsverhoging te behalen is bij de aanbieders van diensten. Toch zijn er in dit geval wel grote schaalvoordelen mogelijk. In de geschiedenis van de bond zijn die voordelen in de vroege jaren van sterke groei opgemaakt aan de eigen organisatie. Naarmate de Consumentenbond is gegroeid is zij geprofessionaliseerd. Niemand verwacht dat de huidige voorzitter, Walter Etty, eigenhandig warenonderzoek verricht. Maar professionalisering leidt tot bureaucrativering, waarbij het eigen belang van de organisatie zwaarder gaat wegen, en dan volgt er al gauw commercialisering. Dienstverlening bij de keuze van producten neemt steeds meer de plaats in van het bewaken van prijsontwikkelingen.

De kritiek op de ziektekostenverzekeraars laat zien dat de bond nog steeds ernst maakt met de norm dat wie zijn prijzen verhoogt iets heeft uit te leggen. Die norm zou zij zelf beter moeten naleven. De bond zou veel sterker staan in haar kritiek op anderen als zij zelf het goede voorbeeld gaf. Het moet mogelijk zijn door beginselvaste soberheid de contributie eens een paar jaar gelijk te houden of zelfs te verlagen. En als er dan al eens een keer goede redenen zijn om de contributie te verhogen is een betere uitleg op zijn plaats dan tot dusverre wordt gegeven.
