

De economie van het toezicht

Consumentenwelvaart is de belangrijkste overkoepelende doelstelling van de nieuwe Autoriteit Consument & Markt (ACM). ACM geeft hier invulling aan door het bieden van kansen en keuzes aan bedrijven en consumenten, door het waarborgen van publieke belangen en door het met effectmeting inzichtelijk maken van de meerwaarde van haar optreden.

HENK DON

Bestuurslid bij
de Autoriteit
Consument & Markt
(ACM)

DIRK JANSSEN

Directeur bij ACM

MERIJN SCHIK

Medewerker bij
ACM

JARIG

VAN SINDEREN

Chief economist bij
ACM

De ACM is op 1 april van dit jaar ontstaan door een fusie van de Consumenten Autoriteit (CA), de NMa en OPTA. Het taakgebied van ACM is de optelsom van de taakgebieden van de drie rechtsvoorgangers. Kort gezegd: het algemene mededingingstoezicht, het sectorspecifieke toezicht in telecom, post, energie en vervoer, en de (collectieve) consumentenbescherming. Deze taakgebieden hangen sterk met elkaar samen en vormen samen de drie pijlers van het markttoezicht.

ACM heeft de rode draad in haar taakuitvoering als missie vastgelegd: “De Autoriteit Consument & Markt bevordert kansen en keuzes voor bedrijven en consumenten”.

De ACM is tot stand gekomen in een ongunstig economisch klimaat. Economische tegenwind betekent dat ondernemers het moeilijk hebben en dat consumenten terughoudend zijn met aankopen. In een economie die krimpt kunnen kortetermijn strategieën van bedrijven om te overleven de overhand krijgen. Dat kan zich uiten in pogingen om de consument te lokken met lage prijzen en aanbiedingen. Ook komt het voor dat consumenten misleid worden. Koopjes stellen minder voor dan de aanbieder suggereerde, bijvoorbeeld omdat bijkomende kosten zijn verzwegen. Soms kloppen bedrijven aan voor staatssteun, of proberen ondernemers

gezamenlijk afspraken te maken omdat ze zo een sanering van overcapaciteit willen voorkomen.

In gereguleerde sectoren speelt onzekerheid over toekomstige ontwikkelingen een grote rol, bijvoorbeeld bij de discussie over de tarieven die netbeheerders aan hun afnemers in rekening mogen brengen (Dessing *et al.*, 2013; Mulder, 2013).

In een periode van crisis is het des te belangrijker dat de toezichthouder oog heeft voor de maatschappelijke context waarin zij opereert en duidelijk aangeeft hoe zij haar taakopdracht invult. ACM heeft daarom een strategie en een marktvisie ontwikkeld waarin drie belangrijke economische thema's een rol spelen: ten eerste consumentenwelvaart als overkoepelende doelstelling, ten tweede de rol van ACM bij het behartigen van publieke belangen en ten derde de mogelijkheden om de effecten van het optreden van ACM te meten en het belang ervan vast te stellen.

CONSUMENTENWELVAART ALS OVERKOEPELENDE DOELSTELLING

ACM ziet de vergroting van de welvaart als de drijfveer voor haar handelen. Zij treedt op tegen gedragingen, zowel in consumenten- als op intermediaire markten, die er direct of indirect toe leiden dat consumenten in hun belangen worden geschaad. Consumenten kunnen direct worden benadeeld door kartelafspraken met als gevolg te hoge prijzen of een beperkte keuze, maar bijvoorbeeld ook doordat bedrijven onvoldoende of verkeerde voorlichting geven over hun producten en diensten (kader 1).

Voorbeelden van initiatieven van ACM om de directe benadeling van consumenten te beperken zijn recent de informatievoorziening over het Bel-me-niet Register en ingrepen in de reisbranche om helder te maken wat de daadwerkelijke kosten van vakantie-reizen zijn. Het doorzichtiger maken van de reisbranche werkt bovendien ook positief uit voor ondernemingen die zich wel aan de afspraken hebben gehouden.

CONCURRENTIE EN TRANSPARANTIE

Benadeling van de consument kan ook indirect plaatsvinden.

Bijvoorbeeld doordat bedrijven onderling afspraken maken over kosten voor producten of diensten die zij andere bedrijven in rekening brengen of wanneer bedrijven bij overheidsaanbestedingen werk onder elkaar verdelen. Uiteindelijk zullen de meerkosten van dit handelen immers ook weer worden doorberekend in prijzen of belastingen, en dus worden opgebracht door de consument. ACM is daarom ook in deze tijd van economische crisis kritisch op strategieën van bedrijven die gericht zijn op inperking van de concurrentie via prijsafspraken, marktafsluiting, het gecoördineerd uit de markt nemen van capaciteit of ondersteuning uit collectieve middelen. Dergelijke routes bieden hoogstens tijdelijke oplossingen, laten de overcapaciteit in stand op kosten van de consument of de belastingbetaler, en laten relatief inefficiënte bedrijven voortbestaan ten koste van innovatieve nieuwkomers.

Initiatieven op dit vlak, zoals de afgelopen jaren in de binnenvaart en de kantorenmarkt, zullen door ACM nauwlettend worden gevolgd (kader 2).

Waar er geen sprake is van benadeling van de consument ziet ACM op voorhand geen aanleiding om in te grijpen. Een in het oog springend voorbeeld van het laatste betreft de agrarische sector. Net als vele andere inkomens, staan ook die van telers en vissers in verschillende deelsectoren onder druk. Het is belangrijk om te beseffen dat versoepeling van de mededingingsregels voor ons land negatief kan uitwerken (kader 3). Juist de Nederlandse landbouw behoort tot de meest innovatieve en concurrerende in Europa.

Het centraal stellen van de consument betekent ook dat ACM goed bekijkt hoe de consument zijn welvaart kan verbeteren. Wanneer door toedoen van ACM de prijzen dalen, kunnen normaal gesproken meer mensen deze goederen aanschaffen tegen een lagere prijs, wat inhoudt dat de consumentenwelvaart toeneemt.

In de praktijk blijkt dat niet alle consumenten eenduidig reageren op een prijsverandering en ook dat een individuele consument niet altijd koopt tegen de laagste prijs. Dat kan komen omdat men niet exact weet wat de 'beste' prijs van het product is omdat men maar zelden in de betreffende markt opereert. Ook kan het zijn dat men minder prijsbewust wordt wanneer eenmaal voor een aanbieder is gekozen. Dan kan de padafhankelijkheid optreden (kader 1). Zo kan het gebeuren dat consumenten regelmatig te veel voor hun concerttickets betalen omdat ze niet vaak naar concerten gaan en dan door gebrek aan kennis tegen woekerprijzen tickets kopen op een niet officiële verkoopsite. Ook zijn er veel mensen die niet switchen van energieleverancier terwijl dat zonder risico kan en dit veel geld op kan leveren. Juist om dit soort gedragingen van de consument – die soms irrationeel lijken – beter te kunnen meewegen bij mogelijke ingrepen, zal ACM meer aandacht geven aan gedragseconomische aspecten (ACM, 2013). Inzichten uit de gedragseconomie kunnen vooral van belang zijn bij het doen van onderzoek naar consumentengedrag in concrete zaken. Het komt voor dat ondernemingen slim gebruik maken van het feit dat consumenten niet altijd consistente en 'rationele' keuzes maken. ACM kan consumenten bewust maken van hun rechten en waar nodig beschermen. Ook kan ACM schadelijk gedrag van ondernemers aanpakken en een bewuste, actieve houding van consumenten stimuleren, bijvoorbeeld via ConsuWijzer.

GEREGULEERDE SECTOREN

ACM ziet consumentenwelvaart nadrukkelijk in een breed perspectief. Het omvat ook kwalitatieve aspecten en ziet zowel op de korte als langere termijn. Consumenten zijn intuïtief vooral gebaat bij goede kwaliteit en lage prijzen, maar ACM houdt ook rekening met de capaciteit voor investeringen (kader 4) en innovatie van bedrijven, en daarmee met de kwaliteit en variëteit van het aanbod op langere termijn.

Om ervoor te zorgen dat consumenten keuzevrijheid hebben stelt ACM in gereguleerde sectoren prijzen en voor-

De schade van intransparantie in de reisbranche

KADER 1

Een frequent genoemde consumentenklacht over de reisbranche (reisbureaus en -organisaties, luchtvaartmaatschappijen en accommodaties) is het achteraf in rekening brengen van kosten (*drip pricing*). Door de jaren heen heeft ongeveer een tiende van de klachten die binnenkomen bij ConsuWijzer betrekking op deze tijdens het aankoopproces in rekening gebrachte kosten. Ook bij afsluiten van de boeking of na boeking worden consumenten geconfronteerd met extra kosten, bijvoorbeeld administratie-, boekings- of klantkosten, of het extra in rekening brengen van de bagage bij het inchecken.

Over het algemeen wordt aangenomen dat een gebrek aan transparantie een negatief effect heeft op het consumentensurplus. Er zijn drie mechanismes die een dergelijk negatief verband kunnen verklaren:

Ten eerste moeten er zoekkosten gemaakt worden om verschillende producten met elkaar te vergelijken.

Ten tweede leidt een verkeerde aankoopbeslissing tot extra kosten. Deze verkeerde beslissing kan betrekking hebben op zowel een te hoge prijs als een te lage kwaliteit van het product;

Tenslotte kan er sprake zijn van padafhankelijkheid tijdens of na boeking, waarbij (potentiële) klanten minder prijsgevoelig worden naarmate ze verder in het aankoopproces zitten.

De kosten die ACM schat zijn: 45 miljoen euro voor een gebrek aan transparantie; 23 miljoen voor de verkeerde aankoopbeslissing en ongeveer 0,7 miljoen voor de padafhankelijkheid. De totale schade per jaar bedraagt volgens onze berekeningen een kleine 70 miljoen euro.

Bron: interne berekeningen Economisch Bureau ACM

Binnenvaartschippers

KADER 2

De binnenvaartschippers hebben in 2010 met de NMa overleg gevoerd over een zogenoemde opleggregeling om te voorkomen dat er een grote concurrentieslag binnen deze sector zou ontstaan door de teruglopende vrachten. Deze felle concurrentie zou onvermijdelijk tot faillissementen kunnen leiden. Aan de NMa werd dan ook gevraagd om akkoord te gaan met deze regeling. Het feit dat er een expliciete overkoepelende organisatie – het zogenoemde crisisberaad – noodzakelijk zou zijn om deze regeling te handhaven, gaf al aan dat het handhaven van deze samenwerking een gecoördineerde actie betrof. Als dat niet plaats zou vinden waren de gemaakte afspraken niet te controleren. Dat zijn typische kenmerken van een kartel. De NMa was dan ook uiterst kritisch op dit voorstel, omdat uiteindelijk de verladers meer moeten betalen voor hun vracht. Dat betekent uiteindelijk ook een hogere prijs voor de consument. Daarbij werd er ook op gewezen dat een kortetermijnoplossing op de lange termijn wel eens erg slecht uit kan pakken: "Ook moet bedacht worden dat sectoren, waar de vraag op korte termijn inelastisch is, gemakkelijker een tijd een prijsafpraak kunnen handhaven, maar dat op lange termijn een substitutieproces op gang kan komen dat uiteindelijk schadelijk uit kan pakken voor de gehele sector." (Janssen en Van Sinderen, 2010).

Agrarische sector

KADER 3

Als oorzaak van de problemen van veel agrariërs wordt vaak gewezen op de inkoopmacht van de supermarkten, die te lage prijzen zouden afdwingen bij hun leveranciers. Tot op zekere hoogte is samenwerking aan de inkoopkant toegestaan, zolang de onderlinge concurrentie aan de verkoopkant voldoende sterk blijft. Die concurrentie zal de supermarkten immers dwingen om de behaalde inkoopvoordelen door te geven aan de consument. Voor zover de prijsvorming in de keten bij de primaire producent geen rendabele bedrijfsvoering zou toelaten, moet de conclusie zijn dat daar sprake is van overcapaciteit. Dit probleem wordt niet opgelost door inkomensbescherming of kartelafspraken, maar zal de producenten moeten aanzetten tot verandering in de vorm van productinnovatie, kostenverlaging en/of verschuiving van werkzaamheden. Dat probleem verschilt niet wezenlijk van de problematiek zoals die geldt voor binnenschippers en makelaars.

Wel een verschil is dat in de agrarische sector als oorzaak van de inkomensproblemen wordt gewezen naar de tussenhandel, die een te groot deel zou claimen van het verschil tussen de afzetprijs van de primaire producent en de verkoopprijs in het schap van de supermarkt. Voor zover in deze schakel inderdaad sprake is van overrendementen, zal het aantrekkelijk zijn om toe te treden tot dit segment, dan wel het te omzeilen waar dat mogelijk is. Sommige (samenwerkingsverbanden van) primaire producenten hebben inderdaad initiatieven ontplooid om rechtstreeks zaken te doen met de supermarkten. Zo draagt concurrentie bij aan een efficiëntere inzet van productiemiddelen.

De zorgen over de inkomens van de primaire producenten leven ook in andere landen van de Europese Unie, overigens vaak tegelijk met zorgen over hoge voedselprijzen. De onderhandelingen in Brussel over voorstellen voor hervorming van het Europese landbouwbeleid zijn afgerond. De voorstellen bieden de sector meer ruimte voor afspraken tussen ondernemingen, waardoor de producenten meer marktmacht kunnen ontwikkelen dan op grond van de bestaande landbouwregels al mogelijk is. Daarbij moet er voortdurend op toegezien worden dat er voldoende prikkels voor efficiëntie en innovatie zijn. Ook ongewenste verhogingen van de voedselprijzen voor de consument moeten worden voorkomen. De doelstellingen van het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) geven daarvoor de goede richting.

waarden vast die ondernemingen in staat stellen op de markt actief te zijn en te blijven. Dit hangt samen met de afhankelijke positie rond infrastructuur die in handen zijn van een klein aantal gevestigde partijen – (aansluit)netwerken/masten voor telecom en energie, het spoorwegnet of de luchthaven Schiphol – en die vanwege de hoge kosten van aanleg niet of niet volledig replaceerbaar zijn. Zonder regulering van toegang of gebruik van deze infrastructuur zouden op deze markten geen concurrerende partijen actief kunnen zijn en zou de consument al snel schade ondervinden door monopolieprijzen en door een gebrek aan efficiëntie in de betrokken sector. Een te lage exploitatievergoeding voor zijn infrastructuur zou echter de bereidheid van een aanbieder van deze infrastructuur om te blijven investeren en innoveren kunnen aantasten. Dit is ook niet in het belang van de consument. Door in de tariefvaststelling uit te gaan van een redelijk rendement op investeringen blijven infrastructuuraanbieders geprikkeld om te investeren.

Op deze wijze bevordert ACM de concurrentie op de infrastructuur en reguleert zij markten zodanig dat de uitkomsten voor consumenten optimaal zijn. Het beoogde resultaat

De auteur heeft verklaard dit artikel alleen te publiceren in ESB en niet elders te publiceren in wat voor medium dan ook. Het is wel toegestaan om het artikel voor eigen gebruik en voor publicatie op een intranet van de werkgever van de auteur aan te wenden.

is een duurzame groei van de welvaart, in brede zin. Dit omvat welvaartsgroei als gevolg van zowel financiële als kwalitatieve effecten voor de consument, op korte én langere termijn. Juist om dit brede welvaartsbegrip te borgen is het behartigen van de publieke belangen een essentieel onderdeel van de ACM-strategie.

HET BEHARTIGEN VAN PUBLIEKE BELANGEN

Marktwerking en vrije mededinging zijn in de regel voor de consument in termen van welvaart het voordeligst. Vrijwel alle studies die de effecten van marktwerking in kaart te brengen laten dat zien (Van Sinderen en Kemp, 2008). Door de marktwerking is er een breed scala aan producten beschikbaar tegen een prijs die tot stand komt door het vrije spel van vraag en aanbod. Er zijn evenwel ook situaties waarbij deze marktwerking een niet-optimale uitkomst oplevert: de markt faalt. Juist dan komt de overheid in het geweer. De markt faalt in vier gevallen. Ten eerste wanneer het risico bestaat van het ontstaan van machtsposities door fusies of op misbruik daarvan. Ook wanneer het gaat om afspraken tussen ondernemingen die de mededinging beperken, grijpt ACM in. Ten tweede, wanneer er sprake is van asymmetrische informatie tussen diverse groepen in de samenleving. Ten derde als publieke goederen in het geding zijn en ten vierde als er sprake is van positieve dan wel negatieve externe effecten.

Met name de eerste twee vormen van marktfalen zijn bij het bevorderen van de consumentenwelvaart aan de orde geweest. Bij het behartigen van publieke belangen gaat het vooral om die belangen die de wetgever als zodanig heeft aangewezen. Goed werkende markten, een optimale regulering van wettelijke dan wel natuurlijke monopolies en consumentenbescherming zijn publieke belangen waarvan de wetgever heeft bepaald dat die moeten worden behartigd. Hierbij is in voorkomende gevallen ook al rekening gehouden met externe effecten, bijvoorbeeld door het verzekeren van interconnectie en interoperabiliteit bij telecomdiensten. Bij publieke goederen is de rol van ACM afwezig; zij bemoeit zich niet met politie, justitie of defensie.

Bij het corrigeren van externe effecten heeft ACM bewust gekozen voor een open opstelling. Bij externe effecten zal de overheid vaak ingrijpen door het verlenen van subsidies of door het opleggen van een heffing.

Maar bij het borgen van publieke belangen gaat het vaak om meer dan om het corrigeren van marktfalen. De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) stelt bijvoorbeeld dat de behartiging van de publieke belangen in de huidige maatschappelijke verhoudingen ook veel vraagt van de gemeenschap. De overheid kan het niet alleen. Maatschappelijke ordening is een opdracht waar de maatschappij als geheel voor staat. Wel stelt de WRR: “Op diverse terreinen mag van de overheid echter een meer actieve rol worden verwacht en zal zij zelf de verantwoordelijkheid moeten nemen voor regulering, toezicht en monitoring” (WRR, 2012). ACM ziet voor zichzelf in het eerste geval ook een taak weggelegd, mits deze kan worden ingevuld binnen de context van haar wettelijke taakopdracht.

Zo is in Nederland een debat gaande over de mogelijkheden om te komen tot verduurzaming van de productieketen, waarbij de hoofdrolspelers regelmatig zelf initiatieven nemen om via gezamenlijke afspraken te komen tot verduurzaming.

Vaak betekent dat ook een hoger prijskaartje en moet de consument besluiten of hij dat ervoor over heeft. Deze gang van zaken leidt niet altijd tot het beoogde resultaat, hetzij omdat de betalingsbereidheid van de consument voor een concreet doel niet of slechts beperkt aanwezig blijkt te zijn, hetzij omdat het concrete doel alleen bereikt kan worden bij een marktbrede implementatie waardoor er voor de individuele consument niets meer te kiezen overblijft en er dus een concurrentieprobleem optreedt. Ook hier heeft ACM een taak als initiatieven kunnen leiden tot marktverstoring. In die gevallen kan er onder voorwaarden gebruikgemaakt worden van de uitzonderingsbepaling bij het kartelverbod, waardoor marktverstoring afgesproken tussen de producenten kunnen worden geaccepteerd. Voorbeelden hiervan zijn te vinden in de NMa-praktijk van de afgelopen jaren en variëren van afvalinzameling tot garnalenvisserij (een overzicht staat in de Kennisbank Duurzaamheid op www.acm.nl). In andere gevallen benadrukte de NMa dat plannen niet goed doordacht waren, zoals bijvoorbeeld in het geval van het idee om een sloopregeling van leegstaande kantoren in het leven te roepen.

De mededingingsregels bieden ACM in situaties van zowel positieve als negatieve externe effecten de mogelijkheid een dergelijke samenwerking onder bepaalde voorwaarden toe te staan. ACM zal daarbij de afspraken tussen ondernemingen, waarvan wordt gesteld dat deze bijvoorbeeld innovatie of duurzaamheid bevorderen, steeds toetsen op hun noodzaak, evenredigheid en doeltreffendheid.

ACM kiest er dus nadrukkelijk voor markt- en consumentenproblemen integraal te benaderen, met een scherp oog voor de verschillende publieke belangen die daarbij in het geding zijn.

MEETBAARHEID EFFECTEN VAN HET OPTREDEN

ACM wil dat haar optreden effectief en efficiënt is. Daarom wil zij de effecten van haar interventies ook zo goed mogelijk meten. In het verleden heeft de NMa berekeningen gepubliceerd waarin meermaals geconcludeerd is dat zij een positieve bijdrage heeft geleverd aan de consumentenwelvaart. Ook de OPTA hanteerde welvaartsmodellen bij de onderbouwing van haar interventies die beoogden marktmacht te beteugelen in de telecommunicatiemarkten. Het gaat hier om de effecten voor de consument als gevolg van interventies in zowel de sfeer van mededingingstoezicht als in de sfeer van regulering van energie en openbaar vervoer.

Zo worden de totale baten over 2012 geschat op 251 miljoen euro. Sinds het oprichten van de NMa zijn de bijdragen van ingrepen gemiddeld ruim 400 miljoen per jaar (Kemp et al., 2013). De berekeningen van de NMa hebben een statisch karakter, wat inhoudt dat bij de berekening uitsluitend gekeken wordt hoeveel de consument er in het jaar na de ingreep op vooruit is gegaan. Dat betekent dat de doorwerking op de langere termijn niet in de becijferingen is opgenomen. De reden is dat een economie dusdanig volatiel is, dat het weergeven van de impact van ingrepen op langere termijn als te onzeker wordt gezien. Ook kan het afschrik-effect van door ACM afgekeurde fusies of opgerolde kartels op vergelijkbare gevallen niet worden meegenomen.

ACM zal een aangepaste methodologie ontwikkelen om de effecten van haar ingrepen op alle terreinen op een consistente wijze in te schatten. Ex-post evaluatie is een van de

KPN kan blijven investeren

KADER 4

Een voorbeeld is de regulering van de toegang tot het glasvezelnetwerk van KPN. Deze regulering stelt concurrenten in staat om over het KPN-netwerk hun eigen diensten aan te bieden. Bij het berekenen van het toegangstarief (en dus de marge op de kostprijs) hanteert ACM een *discounted cashflow model*, dat KPN in staat stelt om te blijven investeren in de uitbreiding van zijn netwerk.

instrumenten waarmee ACM ook haar concentratie-controle wil aanscherpen. Omdat bij het beoordelen van een fusieaanvraag het inschatten van mogelijke effecten moeilijk is, zal ACM de gevolgen van goedgekeurde fusies zowel in de gereguleerde sectoren (bijvoorbeeld de telecom) als in andere sectoren in kaart brengen. Zo heeft de NMa eerder ex-post analyses van door haar goedgekeurde fusies van ziekenhuizen gepubliceerd (Kemp et al., 2012).

ACM wil probleemoplossend werken. Dat begint met de detectie van potentiële problemen die de concurrentie verstoren of de consumentenwelvaart negatief beïnvloeden. Deze opsporing gebeurt door het combineren van een kwantitatieve en kwalitatieve analyse (Petit, 2013). Vervolgens wordt er een afweging gemaakt waarbij de belangrijkste criteria zijn: de potentiële schade voor de consumentenwelvaart, of er sprake is van een maatschappelijk probleem en of een eventuele interventie een kans van slagen heeft. Op basis van deze afweging wordt er geprioriteerd. Welk probleem aangepakt wordt, is niet alleen afhankelijk van een hoge score op een van de drie criteria, maar wordt, gezien het brede takenpakket van ACM, ook ingegeven door de wens om een evenwichtige portefeuille aan onderwerpen te hebben

LITERATUUR

- ACM (2013) *Behavioural Economics and Competition Policy*. Den Haag: Autoriteit Consument en Markt.
- Dessing, B., M. Damstra, R. Haffner en P. Nillesen (2013) Referentieperiode voor vaststellen van reguleringsrente netbeheerders. *ESB*, 98(4660), 308–311.
- Janssen, M.C.W. en J. van Sinderen (2010) Mededingingstoezicht en de economische crisis. *ESB*, 95(4579), 116–117.
- Kemp, R., N. Kersten en A. Severijnen (2012) Price effects of hospital mergers: an ex-post assessment of hip surgery. *De Economist*, 160(3), 237–255.
- Kemp, R., D. Liefeld en J. van Sinderen (2013) Outcome van NMa-optreden; resultaten voor 2012. *NMa Working Papers*, 8(februari).
- Mulder, M. (2013) Reactie op: Referentieperiode voor vaststellen van reguleringsrente netbeheerders. *ESB*, 98(4666), 498.
- Petit, L. (2013) Uitkomst economische detectie. *NMa Working Papers*, 9(maart).
- Sinderen, J. van en R.G.M. Kemp (2008) The economic effects of competition law enforcement: the case of the Netherlands. *De Economist*, 156(4), 365–385.
- WRR (2012) *Publieke zaken in de marktsamenleving*. Amsterdam: Amsterdam University Press.