



Maar dat is niet eerlijk

Auteur(s):

Damme, E.E.C. van
Verbonden aan CentER, KUB.

Verschenen in:

ESB, 82e jaargang, nr. 4123, pagina 755, 8 oktober 1997

Rubriek:

Column

Trefwoord(en):

marktwerving, regulering

In het conflict tussen Easyjet en KLM wordt binnenkort een tussentijdse maatregel verwacht van de Europese Commissie. Het Brits-Cypriotische maatschappijtje beschuldigt onze nationale zwaan van oneerlijke concurrentie, door het hanteren van prijzen die beneden de kostprijs zouden liggen. Voordat Easyjet tussen Amsterdam en Londen begon te vliegen was het goedkoopste retourtarief zo'n driehonderd gulden. Easyjet ging daar met f. 99 voor een enkeltje ver onder zitten, maar KLM reageerde door de prijs voor een retourtje (voor een beperkt aantal plaatsen) tot f. 198 te verlagen. Easyjet, waar de bezettingsgraad bleef steken op zo'n 50%, riep de hulp van de Commissie in.

Op het eerste gezicht is er voor KLM weinig reden zich zorgen te maken. Lage prijzen zijn in het belang van de consument, zodat een mededingings- autoriteit die het consumentenbelang behartigt niet hoeft in te grijpen. Formeel moet de Commissie beoordelen of sprake is van rooftprijzen, prijzen beneden de marginale kosten. Maar het gaat om een beperkt aantal stoelen, het toestel vliegt toch wel, de kosten van de maaltijd aan boord en de afhandeling zijn zeker minder dan honderd gulden. Toch zijn er wolven aan de horizon. Er gaan geruchten dat op het hoofdkantoor van KLM documenten gevonden zijn waaruit zou blijken dat KLM Easyjet uit de markt zou willen drukken. Zou het voor een ambtenaar van DG-IV niet prachtig zijn als hij daarmee KLM op de knieën kan krijgen? Zo'n succes kan de eigen carrière een krachtige impuls geven.

Het is niet duidelijk welke heren het Europese mededingingsbeleid dient. Minstens twee doelstellingen kunnen onderscheiden worden: bevordering van de consumentenwelvaart en bescherming van de concurrentie. De eerste doelstelling ligt de econoom het dichtst aan het hart. De tweede kan, afhankelijk van de inhoud die juristen er aan geven, ontvaarden in bescherming van de concurrenten. De ruime juridische definitie van oneerlijke concurrentie is elke markthandeling die onconventioneel is. Dat geeft mededingingsrechters veel beleidsvrijheid en het valt niet uit te sluiten dat het consumentenbelang zo enigszins uit het zicht raakt.

Een zoektocht op het internet kan duidelijk maken hoe inventief bedrijven zijn in het gebruiken van de term 'oneerlijke concurrentie'. Via Yahoo en Netscape vond ik zo'n 6.000 Nederlandstalige documenten waarin het begrip voorkomt. Hoewel de gedetailleerde teksten zeer verschillend zijn, is een samenvatting eenvoudig te geven: bedrijven klagen over markten waarop toetreding te eenvoudig is of over concurrenten die teveel concurreren. Kortom, elke vorm van concurrentie waar een bedrijf last van heeft wordt als oneerlijk beschouwd. Een leuk voorbeeld is te vinden op de site van een Belgisch ISO-gecertificeerd dakdekkersbedrijf. Certificering brengt kosten met zich mee en het bedrijf klaagt bijgevolg over oneerlijke concurrentie door niet-gecertificeerde bedrijven. Volgt een vurig pleidooi voor het uitsluiten van bedrijven zonder ISO-certificaat. Blijkt het bedrijf in kwestie het enige dakdekkersbedrijf in België te zijn met een ISO-9001 certificaat.

Helaas zijn er ook minder leuke voorbeelden op het web te vinden, met name van overheids-organen die op de klachten reageren. De Europese Commissie die bel-centra buiten de EU belast om zo de eigen telecombedrijven te beschermen. De Nederlandse minister van EZ die een importverbod in de electriciteitswet opneemt voor stroom uit landen die hun eigen thuismarkt beschermen, omdat hij bang is voor oneerlijke concurrentie uit Frankrijk.

Het begrip oneerlijke concurrentie staat ook centraal in het project *Markt en Overheid*. Dit rapport van de commissie-Cohen bevat een groot aantal voorbeelden van overheidsbedrijven die in oneerlijke concurrentie treden met bedrijven uit de marktsector¹. Het rapport documenteert overtuigend dat bedrijven in de marktsector last hebben van een bijklussende overheid. Gegeven het feit dat de commissie-Cohen werd ingesteld na een brandbrief van het bedrijfsleven aan de minister-president hoeft dit natuurlijk geen verwondering te wekken. Echter, in het geheel is het consumentenbelang ondergesneeuwd. De vraag of, en zo ja wanneer, deze oneerlijke concurrentie in het belang van de consument is, wordt niet gesteld, laat staan beantwoord. Men kan zich zeer wel voorstellen dat consumenten profiteren van een actief concurrerende overheid. De landenstudies van het McKinsey Global Institute, waaronder die van Nederland, laten immers zien dat intensere concurrentie tot meer welvaart leidt. Overheidsbedrijven die voordelen gegund krijgen dwingen marktpartijen nog scherper te concurreren hetgeen tot welvaartverbetering kan leiden.

In zekere zin is elke vorm van concurrentie oneerlijk, in het bijzonder voor de minst efficiënte bedrijven die er immers het meest last van hebben en de grootste kans hebben er aan ten onder te gaan. Dit is echter niet noodzakelijk een reden om in te grijpen. Bescherming van de concurrentie kan haaks staan op het bevorderen van het nut van de consument

