

Public private affairs

Vijftientig jaar geleden was maatschappelijke conflictbeheersing een actueel thema. Deze tijd hebben wij achter ons gelaten. Ook de vraag aan ondernemingen om verantwoording af te leggen, lijkt in hoge mate bevredigd. Daarmee is de wisselwerking tussen bedrijfsleven en politiek niet minder geworden. Steeds meer bedrijven ontdekken de 'politieke' markt. Zij benaderen de publieke sector zoals zij ook de consument benaderen. Analyse van politieke marktomstandigheden en strategie-ontwikkeling zijn dan ook aan de orde van de dag en vormen een bron van inkomsten voor de beoefenaars van het vak 'public affairs'. Hier is een bloeiende bedrijfstak ontstaan waar velen toetreden: public relations- en marketingdeskundigen, organisatieadviseurs, politiciens, bedrijfsjuristen. Er is sprake van branchevervaging en pioniers van het eerste uur bejiveren zich om het vakgebied te beschermen¹.

Opvallend is dat in de discussie over public affairs weinig aandacht wordt besteed aan de veranderende rol van politici en ambtenaren. Ook zij immers hebben in toenemende mate de 'politieke' markt ontdekt en zijn het belang gaan inzien van 'makelen' tussen overheid en bedrijfsleven. Het traditionele 'lobbyen' wordt hierdoor minder belangrijk, de aandacht richt zich op de mogelijkheden van publiek-private samenwerking in iedere denkbare vorm. Het gaat hierbij steeds minder om communicatie, en steeds meer om strategie.

Er zijn factoren die het inzicht in de werking van de politieke markt bemoeilijken. In het bedrijfsleven treden ingrijpende structuurveranderingen op die onder meer verband houden met de internationale oriëntatie van ondernemingen en met de opkomst van kleine en middelgrote ondernemingen. De overheid maakt eveneens turbulente tijden door. De toenemende betekenis van 'Brussel' en de opkomst van nieuwe regionale bestuurlijke structuren bemoeilijken de politieke bedrijfsvoering. Als Albeda constateert dat de corporatistische structuren van het sociaal-economisch overleg in ons land verzwakken, waarmee de structurele invloed van werkgevers, werknemers en de overheid op de sociale economie afneemt, is dat een extra reden waarom de naar korte-termijn resultaat strevende 'single issue' politieke markt dichterbij komt². Een bijkomende factor is dat de maatschappelijke problemen van ons land niet of nauwelijks ideologisch van aard zijn. Politieke partijen hebben de grootste moeite om hun eigen achterban te overtuigen van hun beginselen en de stembusuitslag wordt in hoge mate bepaald door de daadkracht van de belangrijkste politici.

Typend voor de achter ons liggende periode is het ontbreken van een industriebeleid in ons land. De Stuurgroep Nederland Industrieland heeft in 1990 voorstellen gedaan ter versterking van de industriële structuur van ons land die aan alle regels van de logica voldeden en slechts de vraag oproepen waarom een adequate reactie van de politiek is uitgebleven. Van der Zwan wijt dit aan de nog

steeds bestaande kloof tussen de werelden van politiek en bedrijfsleven³. Waarschijnlijker is het dat de tijd waarin kon worden volstaan met een appel op het gemeenschappelijke belang van overheid en bedrijfsleven bij een hoge kwaliteit van onze economie, definitief voorbij is.

Bij politiek belangrijke onderwerpen gaat het om het aangeven van de wijze waarop overheid en bedrijfsleven tot acceptabele oplossingen kunnen komen. Daarbij zullen in veel gevallen ad hoc verbanden worden aangegaan: bij voorbeeld als het gaat om de aanpak van de werkloosheid, de vorming van Euregio's in onze grensgebieden, de aanpak van bodemverontreiniging, de aanleg van een kustlokatie tussen Hoek van Holland en Scheveningen (plan-Waterman), maar ook om investeringen in het GOS en de belangstelling van het publiek voor technologie en voor technische opleidingen. In al deze gevallen zijn niet langer de al dan niet goed onderbouwde studies en rapporten van belang, het succes wordt bepaald door de manier waarop het overleg tussen de betrokkenen wordt geregeld en de tactiek van de actoren om de meest passende regelgeving te realiseren.

Het minst duidelijk op dit moment is de rol die de media op de politieke markt spelen. Bij de televisie is tegenwoordig overvloedig en tegen redelijke prijzen zendtijd te koop. Onafhankelijke producenten lenen zich voor vrijwel iedere opdracht en de kijker maakt niet of nauwelijks verschil tussen objectieve en subjectieve informatie. Kunnen wij ons een pers voorstellen die een eigen strategie heeft opgesteld en positie kiest? Een pers die voortdurend actief op zoek is naar mogelijkheden om bij voorbeeld de samenwerking van arbeidsbureaus en bedrijfsverenigingen te versterken, die tot vervelens toe de mogelijkheden van Amsterdam als financieel centrum onder de aandacht brengt en telkens weer de vorming van Euregio's aan de orde stelt? Als de voortekenen niet bedriegen, breekt een periode aan waarin de pers actief positie kiest op de politieke markt door de totstandkoming van de ene transactie te stimuleren en van de andere te bemoeilijken. Strategievorming ten aanzien van collectieve onderwerpen door overheid en bedrijfsleven is een vak. Laten wij het 'public private affairs' noemen: een discipline in opkomst, met nog maar enkele beroepsbeoefenaren.



W. J. de Ridder

1. Public Affairs Consultants, *Gewogen belangen, public affairs in theorie en praktijk*, Deventer, 1992.

2. W. Albeda, *De welvaartsstaat, Gewogen belangen*, op. cit., blz. 181.

3. A. van der Zwan, *Industriebeleid, Gewogen belangen*, op. cit., blz. 155 e.v.