



Waterhoofd

Auteur(s):

Lecq, F. van

Verschenen in:

ESB, 89e jaargang, nr. 4436, pagina 287, 25 juni 2004

Rubriek:

Van de redactie

Trefwoord(en):

Nederland is een klein land, maar groot genoeg voor duizenden stichtingen, verenigingen en andere clubs van gelijkgestenden. De grootste club is onze Algemene Nederlandse Wielrijders Bond met ongeveer vier miljoen leden. Het takenpakket van de bond is door de tijd heen flink uitgebreid. Hoe breder de organisatie, hoe meer mensen zich erin zullen herkennen. Tegelijk is de binding van het individuele lid met de bond kleiner. Daardoor maakt intrinsieke motivatie vaker plaats voor extrinsieke motivatie, bij passieve en actieve leden.

Onlangs is er weer een club bijgekomen: de Waterbond. Deze consumentenbond voor watergebruikers heeft het tij mee. Water vormt in toenemende mate een strategisch onderwerp in het geopolitieke debat, waardoor traditionele machtsverhoudingen tussen landen drastisch kunnen veranderen. Het managen van water wordt steeds relevanter; niet alleen voor de kroonprins maar ook voor bijvoorbeeld planologen, waterschappen, de landbouwsector en ontwikkelingswerkers. Ook de consument wordt bewust gemaakt van het feit dat schoon water niet vanzelfsprekend is. Steeds vaker moeten burgers naar rato van verbruik betalen voor water. Wie betaalt, wil zeggenschap en daarom is er nu een bond voor de waterverbruikers.

De bond kan machtig worden, want bijna zeven miljoen huishoudens zijn potentieel lid (cbs, 2003). Economen ruiken echter direct onraad, want het risico van liftersgedrag is hier groot. Als de bond toch al bestaat, is lidmaatschap niet meer nodig om de belangenbehartiging zeker te stellen. Alleen wanneer de bond erin slaagt om de eigen leden extra's aan te bieden, of de niet-leden te straffen, zullen mensen geneigd zijn lid te worden (Olson, 1965). In het laatste geval zullen de leden niet erg gemotiveerd zijn zich voor de club in te zetten. Deze optie is voor de Waterbond ook niet haalbaar, want mensen uitsluiten van schoon water wordt doorgaans immoreel geacht. De eerste optie kan wel worden gerealiseerd door marketingacties voor de leden te ontwikkelen die het thema water raken. Het is echter lastig om hier een serieuze invulling aan te geven. Men stelle zich voor dat de leden dan bijvoorbeeld goedkoop zwembaden kunnen bezoeken, met korting regenkleding kunnen aanschaffen, voordelig naar de autowasstraat (waar water wordt hergebruikt) gaan en een gratis excursie naar de waterzuiveringsinstallaties krijgen aangeboden. Dat oogt niet spannend.

Zelfs als op die manier het ledental op peil zou gaan komen, is de vraag of de bond met een dergelijke achterban een krachtige gesprekspartner van de overheden zal zijn. Hoewel diverse grote namen zich al aan de bond hebben verbonden, zal de organisatie het ook moeten hebben van vele vrijwilligers die de communicatie met de leden verzorgen en op lokaal niveau actief zijn in de belangenbehartiging. Alleen idealisten, altruïsten of mensen met een bijzondere voorliefde voor het onderwerp zullen zich hiervoor inzetten. Deze mensen beschikken niet altijd over de competenties die voor belangenbehartiging nodig zijn, zodat de bond het risico loopt aan goede bedoelingen en topzwaarte te bezwijken. Aldus heeft de bond een dubbel probleem: ledenwerving en kaderwerving.

Het waterhoofd lijkt vooralsnog geen leeghoofd, want de bond heeft diverse onderwerpen geagendeerd. Dit zijn echter niet de grote onderwerpen van nationaal en mondiaal waterbeheer waarvan de urgentie nauwelijks kan worden overschat. De bond zoekt het dichterbij huis, in de portemonnee van de consument die hij vertegenwoordigt. Naast de verschillen in tarieven tussen waterschappen, zijn er bijvoorbeeld ongewenste verschillen in tarieven die met de woonplaats van de consument samenhangen. Een woordvoerder van de bond betwijfelt in het algemeen of het eerlijk is dat mensen op het platteland meer betalen voor water dan mensen in de stad. Hij is van mening dat het solidair zou zijn als per hoofd van de bevolking hetzelfde bedrag wordt berekend (Schreuder, 2004). Ook hier ruikt de econoom onraad, want solidariteit en efficiëntie staan niet zelden op gespannen voet met elkaar.

In dit geval vergelijken we de situatie van de plattelandsbewoner met die van de stedeling. Eerstgenoemde heeft het genot van relatief veel rust en ruimte, schone lucht, fraai uitzicht en stilte. Laatstgenoemde geniet van de nabijheid van andere mensen, activiteiten en voorzieningen, de eigen bereikbaarheid en de veelzijdige bedrijvigheid. Prijsverschillen tussen stad en platteland waren vroeger een reden om de ambtenarensalarissen te differentiëren, maar zijn nu niet meer zo eenduidig. In de stad zijn veel zaken duurder, maar het prijsniveau van de buurtsuper op het platteland is ook marktconform. Alleen de prijzen voor onroerend goed verschillen duidelijk. Die liggen op het platteland aanmerkelijk lager dan in de stad. Het prijsverschil kan prima compenseren voor het verschil in bijvoorbeeld watertarieven. Hier blijkt weer eens de economenwijsheid dat partiële analyses met zorg moeten worden geïnterpreteerd, omdat markten in hun samenhang bezien tot andere beeldvorming leiden. Als de Waterbond meent dat iedereen tegen dezelfde prijs schoon water moet kunnen kopen, dan zullen zich snel anderen melden met vergelijkbare plannen voor bonden en verrekening. Denk bijvoorbeeld aan een Rust&Ruimte-bond, die bepleit dat bewoners rondom de grote musea hun overlast en beperkte uitzicht krijgen gecompenseerd door de plattelanders die de schilderijen komen bewonderen en de terrasjes pakken die 's avonds zo'n herrie veroorzaken.

Zolang de keuze om in de stad of op het platteland te gaan wonen grotendeels uit vrije wil wordt gemaakt, zal een beroep op solidariteit geen warme ontvangst kennen. Hier kan beter het prijsmechanisme zijn werk doen. Daarom zal de bond niet effectief zijn zolang de aandacht is gericht op solidariteit tussen consumenten. Waar het gaat om de echte relevante watervraagstukken raakt de consument pas

geïnteresseerd als de prijs van schoon water en droge voeten enorm gaat stijgen. Dan zal de bond echter overbodig blijken, want politiek en overheid pakken die grote watervragen vanzelf op. Water zal dan in ieders hoofd zitten.

Fieke van der Lecq

Literatuur

CBS (2003) Statistisch Jaarboek 2003 (tabel 4). Voorburg.

Olson, M. (1965) The Logic of Collective Action. Harvard University Press,

Cambridge MA.

Schreuder, A. (2004) Bundeling van consumenten op watergebied,

NRC Handelsblad, 14 juni 2004, blz. 8.