

Doorgeschooten consumentensoevereiniteit

De samenleving wordt complexer voor politici, maatschappelijke organisaties en ondernemingen. De achterban, zoals de kiezers, klanten en consumenten, wordt steeds diverser en lastiger te peilen. Men wil steeds meer meedenken, meepraten en meebe-slissen, en zaken worden niet meer per definitie voor waar aan- genomen. De tijd dat alles *top-down* en aanbodgestuurd bepaald werd, geldt niet meer. Men wil keuzevrijheid, differentiatie, en zelf beslissingen nemen. Toch leidt te ver doorgevoerde vraagsturing tot minder onderscheid tussen diensten en producten.

De laatste twee decennia is de samenleving van aanbodgericht naar vraaggestuurd gegaan. Iedere onderneming, winkel en dienstverle- ner heeft met name oog voor de consument. Het individu bepaalt en heeft verschillende drijfveren zoals eigenbelang, betrokken- heid met de maatschappij, genot en de wil zichzelf te ontplooiën. Consumenten zijn grillig. Enerzijds willen ze meer keuzemoge- lijkheden, hetgeen leidt tot keuzestress, angst het verkeerde te kiezen, anderzijds willen ze overzicht, waarbij veel keuzes verwar- rend zijn. Natuurlijk zijn consumenten belangrijk, maar de consu- ment is niet heilig. De aanbieders moeten in de belangenafweging, naast de groep klanten, ook de aandeelhouders, de medewerkers en de maatschappelijke organisaties in allerlei vormen, aandacht geven. Het risico is dat in een concurrentiestrijd die puur op prijs gevoerd wordt, andere belangen worden weggedrukt. Consumenten kijken sterk naar de korte termijn en naar hun eigen belangen, die niet altijd stroken met het algemeen belang. Wanneer bijvoorbeeld in de energiesector enkel naar het consumentenbelang gekeken zou worden, waarin de prijs dominant is, dan kunnen investeringen in duurzame energie wel geschrapt worden.

Enkele jaren geleden hekelde Van der Lans (2005) het gedrag van veel burgers, mensen die onder het mom van consumentenbelang alle andere belangen opzij zetten, en enkel naar zichzelf kijken. Volgens hem vinden te veel consumenten zichzelf het belangrijkste, in het middelpunt als de belangrijkste partij die er is, waaraan ver- volgens iedere andere instantie, aanbieder, verzekeraar, overheid en politiek dienstig moet zijn.

Recentelijk schreef de Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2008) een rapport over infrastructuur in Nederland. Een aanbeveling was dat consumentenorganisaties hier meer bij betrokken moeten worden. Infrastructuur heeft een horizon voor de lange termijn, van tien tot honderd jaar, terwijl consumenten en de organisaties waarin ze verenigd zijn, vaak met name naar de korte termijn kijken. Natuurlijk moeten die belangen meegewogen worden, maar er moet niet te veel naar consumen- ten geluisterd worden. Politici en andere instanties, geadviseerd door deskundigen, moeten in deze hun eigen afweging kunnen en durven maken. Consumentensoevereiniteit en het inspelen hierop door politici is tegenwoordig ook sterk zichtbaar bij de voormalige nutsvoorzieningen, zoals elektriciteit, gas en water. Politici van alle partijen gaan hier te vaak populistisch in mee zoals blijkt uit debatten in het parlement en in gemeenteraden. Natuurlijk moeten de energie- en waterbedrijven de voorzieningen optimaal verrich- ten en deze voorzieningen tegen goede kwaliteit en een eerlijke prijs aanbieden. Maar bij iedere discussie over deze voorzieningen

hameren politici extreem op de prijs, terwijl leveringszekerheid, kwaliteit en duurzaamheid ook nog meespelen. De drinkwaterbe- drijven hebben, juist doordat ze hun ambtelijke wijze van bedrijfs- voering hebben vervangen door een meer efficiënte en marktgeori- enteerde wijze van bedrijfsvoering, de afgelopen jaren de kosten en tarieven laten dalen zonder kwaliteitsverlies. Maar deze veran- dering is kwaliteit- en niet kwantiteitgedreven. Voor energie geldt hetzelfde: forse besparingen door efficiëntie en marktwerking, maar natuurlijk wel een prijsstijging door duurdere grondstoffen en hogere belastingen en heffingen.

Waar commerciële organisaties vaak niet kritisch durven zijn naar de consumenten toe, durven politici dat niet richting de burger als kiezer. De meningen van kiezers zijn belangrijk voor politici en moeten gehoord worden, maar politici moeten ook zelf richting durven geven. Goede politici verzamelen meerderheden achter zich vanuit hun maatschappijvisie, vanuit de basisbeginselen van de politieke partij waar ze voor staan, en dat is meer dan achter meer- derheden aanrennen. Dat leidt tot inconsistent gedrag, waar uitein- delijk de stabiliteit niet mee gediend is. Ondernemingen en politici moeten luisteren naar consumenten en kiezers, maar moeten ook hun eigen richting durven kiezen en volgen. Enkel consumenten en kiezers volgen leidt tot de verkeerde afweging van zaken en is de verkeerde uitvoering van vraagsturing.

De aanbodgerichte samenleving en het top-down bepalen van wat er moet gebeuren bij en voor klanten en kiezers is definitief voorbij. Steeds meer wordt men betrokken om mee te beslissen. Marktwerking, coöperaties en andere vormen waar niet een enkel individu beslist zijn normaal geworden. Een aandachtspunt bij deze vraagsturing is de doorgeschooten consumentensoevereiniteit, die zich in de markt vaak vertaalt in het enkel concentreren op de laagste prijs. Politici gaan daarnaast achter meerderheden staan in plaats van vanuit een maatschappijvisie meerderheden te verza- melen. Zij wegen dan geen belangen meer af, maar kiezen blind voor het consumentenbelang en de wensen van de kiezer, waar de integrale belangenafweging en de lange termijn vaak ondergeschikt zijn aan de winst van het moment. Dit staat de moed om lastige beslissingen te nemen in de weg en is uiteindelijk niet in het belang van de consument en kiezer, want vraagsturing is meer dan consumenten- of kiezerssoevereiniteit.

LITERATUUR

Lans, J. van der (2005) *Koning burger*. Amsterdam: Uitgeverij Augustus.
Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2008) *Sturen op infrastructu- ren*. Den Haag: WRR.

FRANK VAN DEN HEUVEL

Lid van de redactie van *Christen-Democratische Verkenningen*