



Het Nieuwe Nut vereist regulering

Met de beweging van de gele hesjes heeft de discussie over het kraken en piepen van het huidige economische bestel een symbool gekregen. Een opstapeling van belastingen, met als klap op de vuurpijl de hogere kosten voor brandstof, raakte het bestedingsniveau van werkende burgers in Frankrijk. De gelehesjesaanhang in Nederland is relatief zeer beperkt. Het gaat echter niet om wat er aan protest op straat gebeurt, maar om wat er onderhuids gevoeld wordt. Ook in ons land is de ontevredenheid over de toegenomen ongelijkheid in kansen om werkend vooruit te komen voelbaar. Cijfers tonen weliswaar aan dat het met de vermogensconcentratie in ons land wel meevalt en dat wij nog steeds behoorlijk genivelleerd zijn in verhouding tot de ons omringende landen, maar toch zeggen die cijfers niet wat gewone, werkende mensen hier ervaren. De kosten om je als burger staande te houden zijn de afgelopen 15 jaar enorm toegenomen. Het gaat niet alleen om hogere kosten voor zorgverzekeringen, onderwijs, wonen, gas, licht en mobiliteit, het gaat ook om kosten voor mobiele telefonie, internet, Netflix en tal van digitale diensten die erbij zijn gekomen. Ik noem dit het Nieuwe Nut. We kunnen er niet meer buiten en het wordt beschouwd als basis om normaal te functioneren in een informatiemaatschappij. Daar waar we voorheen van overheidswege nutsbedrijven hadden die een prijs rekenden die door middel van regulering was ingegeven, is dat plafond sinds de liberalisatie in de jaren '90 op zijn minst doorlaatbaar geworden. Voor de grote, internationale digitale aanbieders is het dak er helemaal af. Het is belangrijk te kijken naar hoe de Googles, Facebooks en Amazons de platformeconomie beheersen. Hun marktmacht is zodanig dat we bijna van wereldomspannende monopolies kunnen spreken. Hier worden steeds meer vraagtekens bij gezet, onder andere door economen zoals Joseph Stiglitz en Robert Reich.

Regulering is nodig om weerwerk te bieden tegen de marktmacht van enkelen

Behalve dat burgers hun facturen aan deze digitale bedrijven met geld betalen, betaalt de gebruiker ook nog bewust of onbewust met zijn of haar persoonlijke data, waardoor de marktmacht en de financiële armslag van deze digitale reuzen nog meer toenemen. De afhankelijkheid van de burger – goed verdienend, of met modaal- of minimumloon – wordt er niet minder door. De prijs is voor iedereen navenant hoog, al voelen met name de minder goed verdienende burgers de effecten. Hoewel we niet zonder het Nieuwe Nut kunnen, stuiten we op de marktmacht van een heel klein aantal bedrijven dat wereldwijd zonder maatschappelijk gezicht extreem goed zaken doet – vaak ook nog met gunstige fiscale afspraken in de landen waar zij opereren, waardoor deze bedrijven in verhouding tot het midden- en kleinbedrijf nauwelijks belasting afdragen. Het is niet vreemd dat mensen zich onmachtig voelen in een situatie waarin hard werken onvoldoende oplevert om de olopemde rekeningen te betalen, laat staan om de spaarpot te vullen voor de studie van de kinderen. *Burn-outs* in de middenklasse zeggen genoeg. Juist in deze tijden moeten we werken aan een nieuwe inrichting van het maatschappelijk bestel, wat meer dan ooit een langetermijnvisie van de politiek vereist. Dat geeft vertrouwen. We leven in tijden van transformatie, van klimaatverandering, digitalisering en maatschappelijke inclusie. Regulering is geen geliefd woord, maar een moderne invulling ervan zal nodig zijn om weerwerk te bieden tegen de marktmacht van enkelen en voor de toegankelijkheid van het Nieuwe Nut voor allen.

Het columnistenpanel van *Management Scope* bestaat uit Thomas Buser, Fieke van der Lecq, Edgar Karssing, Annemieke Roobeek en Henk Volberda. Dit panel becommentarieert met een academische blik de boardroomactualiteit.

Annemieke Roobeek is hoogleraar strategie en transformatiemanagement aan Nyenrode Business Universiteit, ceo van MeetingMoreMinds en commissaris bij diverse ondernemingen.
Fotografie: Mark van den Brink

