

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

10 De laatste twee decennia is de samenleving van aanbodgericht naar  
11 vraaggestuurd gegaan. Iedere onderneming, winkel en dienstverlener  
12 heeft met name oog voor de consument. Het individu bepaalt en heeft  
13 verschillende drijfveren zoals eigenbelang, betrokkenheid met de  
14 maatschappij, genot en de wil zichzelf te ontplooien. Consumenten zijn  
15 grillig. Enerzijds willen ze meer keuzemogelijkheden, hetgeen leidt  
16 tot keuzestress (ofwel de angst het verkeerde te kiezen), anderzijds  
17 willen ze overzicht, waarbij veel keuzes verwarrend zijn. Natuurlijk  
18 zijn consumenten belangrijk, maar de consument is niet heilig. De  
19 aanbieders moeten in de belangenafweging, naast de groep klanten, ook  
20 de aandeelhouders, de medewerkers en de maatschappelijke organisaties  
21 in allerlei vormen, aandacht geven. Het risico is dat in een  
22 concurrentiestrijd die puur op de prijs gevoerd wordt, andere belangen  
23 worden weggedrukt. Consumenten kijken sterk naar de korte termijn en  
24 naar hun eigen belangen, die niet altijd stroken met het algemeen  
25 belang. (...)

26 De Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (WRR) schreef in  
27 2008 een rapport over infrastructuren in Nederland. Een aanbeveling  
28 was dat consumentenorganisaties hier meer bij betrokken moeten worden.  
29 Infrastructuur heeft een horizon voor de lange termijn, van tien tot  
30 honderd jaar, terwijl consumenten en de organisaties waarin ze  
31 verenigd zijn, vaak met name naar de korte termijn kijken. Natuurlijk  
32 moeten die belangen meegewogen worden, maar er moet niet te veel naar  
33 consumenten geluisterd worden. Politici en andere instanties,  
34 geadviseerd door deskundigen, moeten in deze hun eigen afweging kunnen  
35 en durven maken. Consumentensoevereiniteit en het inspelen hierop door  
36 politici is tegenwoordig ook sterk zichtbaar bij de voormalige  
37 nutsvoorzieningen, zoals elektriciteit, gas en water. Politici van  
38 alle partijen gaan hier te vaak populistisch in mee zoals blijkt uit  
39 debatten in het parlement en in gemeenteraden. Natuurlijk moeten de  
40 energie- en waterbedrijven de voorzieningen optimaal verrichten en  
41 deze voorzieningen tegen goede kwaliteit en een eerlijke prijs  
42 aanbieden. Maar bij iedere discussie over deze voorzieningen hameren  
43 politici extreem op de prijs, terwijl leveringszekerheid, kwaliteit en  
44 duurzaamheid ook nog meespelen. (...)

45  
46  
47  
48  
49

50 **ESB van 24 juli 2009 door Frank van den Heuvel**