



Wat valt er nog te doen aan de macht van Nederlands economische giganten?

Posted on 28 december 2022 by Menno Tamminga

Giganten beheersen ons economisch leven. Dit is het tijdperk van het *gigantisme*, zoals de Belgische econoom Geert Noels dat zo mooi heeft verwoord. Grote ondernemingen zetten al jaren de toon in de Nederlandse economie.

Ook het afgelopen jaar is het gigantisme weer een tikkeltje giganter geworden, maar ook zichtbaarder. Dat heeft alles te maken met de ontketende prijzen voor gas en stroom en met de ongekend hoge inflatie. Nederlandse consumenten én politici ontdekten opeens dat er wel een stuk of 60 aanbieders van energie zijn, maar dat vier partijen de markt domineren. Hoeveel concurrentie is er dan nog?

Giganten worden gemaakt

Bij supermarkten is de situatie niet anders. Zoals Nick Ottens [twee weken geleden](#) op *Wynia's Week* uiteenzette: vijf inkopers domineren met 99% marktaandeel! Het

is gigantisme ten voeten uit. Over de gevolgen daarvan straks meer, maar eerst een historische kanttekening.

Giganten worden niet geboren, ze worden gemaakt. Ze worden, dat is de eerste fase, gemaakt door ondernemers die hun kapitaal op het spel zetten. In de volgende fases, als de zaken groeien en de grondlegger stopt, nemen ingehuurde topmanagers meestal het roer over. Zij zetten niet hun kapitaal op het spel. Zij weten zich, als het misgaat, gered door een gouden handdruk. Zij maken met fusies en overnames de stappen naar meer groei en de gigantenstatus.

Spuitgasten

Maar hé: ook elke gigant is klein begonnen. In een woonhuis, een schuurtje, een garage misschien. Bijna dagelijks passeer ik zo'n plek, een herenhuis in een straatje aan een van de markten in Zutphen. Daar begonnen in 1845 twee ondernemers een verzekeringsmaatschappij. Gerrit Jan Dercksen ging in zee met zijn jongere compagnon Christiaan Henny. Ze stichtten de Assurantie-Maatschappij tegen Brandschade.

Ze waren mannen van hun tijd. Ze namen actief deel aan de politiek vanuit de liberale beginselen. Ze steunden andere ondernemers. Ze waren nauw betrokken bij de samenleving en organiseerden bijvoorbeeld een vrijwillige brandweer. Ze schonken de gemeente in 1874 zelfs twee brandspuiten. Ze waren wat je nu sociale ondernemers zou noemen.

Van tijd tot tijd lees je wel pleidooien dat ondernemingen en hun topmanagers weer moeten worden zoals toen, eind 19de eeuw. Dan vallen meestal de namen van Philips en Van Marken die woningen voor hun arbeiders lieten bouwen en sociale verzekeringen aanboden. Deze pleidooien volgen vaak op het zoveelste voorbeeld van excessieve beloningen van topmanagers.

De oproep tot sociaal ondernemerschap is een sympathieke gedachte, maar misschien vooral ook omdat excessieve beloningen en gouden handdrukken zo onsympathiek zijn. Maar wil de samenleving echt terug naar de 19de eeuw? Wil de gemeenschap afhankelijk zijn van de luimen en het fortuin van de Quote 500? Brr.

Verzekeraars: steeds meer marktaandeel

De heren Dercksen en Henny waren succesvolle ondernemers. Hun opvolgers breidden de lokale verzekeraar met fusies en overnames uit tot een gigant: Nationale-Nederlanden. De grootste en machtigste (als belegger in vele bedrijven) verzekeringsmaatschappij van Nederland. Maar hoe lang nog?

Twee concurrenten, ASR en Aegon, zetten afgelopen jaar een belangrijke stap in het proces van gigantisme. ASR koopt voor 4,9 miljard euro de Nederlandse verzekeringsactiviteiten van Aegon en wordt de op een na grootste na Nationale-Nederlanden. Steeds minder partijen hebben een steeds groter marktaandeel. Aegon krijgt zelfs 29,99 procent van de aandelen in ASR met extra invloed. Dus neemt, in elk geval in theorie, de kans toe op heimelijke of stilzwijgende afspraken om de markt te verdelen, om productvoorwaarden op elkaar af te stemmen of elkaar knipogend te zeggen: geen gestunt met prijzen, toch?

Inmiddels is het in Nederland heel gewoon dat een paar bedrijven hun markt domineren. Er is nog maar één postbezorger (PostNL), Shell domineert de benzinemarkt, er zijn twee grote krantenuitgevers (de Belgische DPG en Mediahuis), twee grote telefoonbedrijven (KPN en Ziggo), twee grote supermarktketens (Albert Heijn en Jumbo), drie grote banken (ABN Amro, ING, Rabo), vier grote zorgverzekeraars (Achmea, CZ, Menzis, VGZ) en vier grote energiebedrijven (Eneco, Essent, Nuts Groep, Vattenfall). Het zijn ogenschijnlijk vrije markten, feitelijk kun je eerder spreken van bekleemde markten. De klant zit klem tussen de kolossale marktaandelen van een paar bedrijven.

Vertrouwde namen

Ook hier zie je het gigantisme weer wat giganter worden. Albert Heijn pakte wat extra marktaandeel doordat de regionale supermarkt Jan Linders zich aansluit als franchisenemer. De energiebedrijven krijgen met het prijsplafond indirect overheidssteun. De grote onder hen profiteren verder van het vluchtgedrag van consumenten in tijden van stress: zij kiezen voor vertrouwde namen. Ze hopen dat de grote niet, zoals diverse kleintjes dit jaar, failliet kunnen gaan.

Op de spaarmarkt is het tekort aan sterke concurrenten het zichtbaarst. De drie grote banken maken geen haast om hogere rente op spaargeld te betalen (0,25

procent), terwijl de rente die zij op nieuwe hypotheekrekeningen (rond 3,9 procent, 10 jaar vast) wél is meegestegen met de verhogingen van de Europese Centrale Bank. Het gigantisme is hier aantoonbaar nadelig voor spaarders.

Is er nog hoop?

Het gigantisme is een proces van decennia geweest. In theorie zijn er tegenkrachten genoeg, maar ze werken onvoldoende. De Europese Unie, die een geïntegreerde, grensoverschrijdende economie zou laten ontstaan, heeft zijn beloften van meer concurrentie niet waargemaakt. Het heftige verlangen in Brussel naar soepeler staatssteunregels in reactie op Amerikaanse steun voor Amerikaanse bedrijven is voor de mededinging geen goed teken. Steun vloeit gemakkelijk naar de lobby van de grote bedrijven.

In theorie zou ook intensiever mededingingsbeleid in Nederland het gigantisme kunnen verzwakken. Maar ook daar is het opboksen tegen gevestigde giganten en hun door meest oud-politici geleide lobby's.

Het gebrek aan gespierde tegenkrachten is frustrerend, want je zou het beter willen. Maar het aanhoudend gigantisme is ook ontzuigend. Beter wordt het nu niet, we leven in de schaduw van giganten. Maar we beslissen zelf wat we van hen kopen, en vooral: wat niet.

[Menno Tamminga](#) is een van de tientallen prominente auteurs van ons online magazine.

De lezers maken Wynia's Week mogelijk. Doneren kan op verschillende manieren. Kijk **[HIER](#)**. Hartelijk dank!