



# Over marktwerking bestaan veel mythen

Dat marktwerking voor producten wèl, maar voor diensten niet zou werken, is onzin. Marktwerking is vooral maatwerk, betoogt **Joost Poort**.

Onder de veelbelovende kop 'De zegeningen van marktwerking' stelde Evelien Tonkens in haar column (Forum, 31 mei) dat marktwerking funest is voor de publieke dienstverlening.

Daarmee verwoordt ze een steeds breder levend sentiment dat marktwerking de schuld is van alle problemen in de zorg, het openbaar vervoer en het onderwijs. 'De zorg is geen markt', heet het dan bijvoorbeeld. Marktwerking is daarmee hetzelfde lot beschoren als de wissel van Arjan Robben op het laatste EK-Voetbal: het is de karikaturale samenballing van alles wat misging.

Maar anders dan bij die beruchte wissel, is bij marktwerking meestal onduidelijk wat er eigenlijk mee wordt bedoeld. Marktwerking heeft niets te maken met het beknibbelen op de tijd die thuiszorgmedewerkers hebben om steunkousen aan te trekken. Marktwerking is het verschijnsel dat het aanbod en de vraag naar een dienst of product op elkaar kunnen reageren.

Het is dus marktwerking dat in de spits meer treinen rijden dan in het weekend en dat de trein buiten de spits voor kaarthouders goedkoper is. Het is ook marktwerking dat zorgverzekeraars tegenwoordig aan wachtlijstbemiddeling doen en soms behandeling aanbieden bij gespecialiseerde centra in het buitenland.

Het is daarentegen een gebrek aan marktwerking dat heeft geleid tot de lange wachtlijsten in de zorg. Ook is het een gebrek aan marktwerking dat tandartsen schaars werden nadat de tandheelkundefaculteit van Utrecht gesloten werd.

'Marktwerking' laat zich slecht vertalen in het Engels, de taal van het liberalisme. De term *competition* komt nog het dichtst in de buurt en geeft ook gelijk aan waar het om draait. In sectoren waar van marktwerking geen sprake is

omdat er onvoldoende concurrentie is, zijn aanbieders geneigd niet de kwaliteit of hoeveelheden te leveren waaraan de afnemers behoefte hebben. Dat geldt net zo goed voor winkeliers als voor kabelbedrijven en onderwijsinstellingen.

Natuurlijk is concurrentie niet in elke sector even goed mogelijk. Daar kunnen diverse redenen voor zijn. Schaalvoordelen en netwerkeffecten kunnen bijvoorbeeld ertoe leiden dat in de markt slechts plaats is voor één aanbieder, die zich vervolgens weinig van zijn klanten hoeft aan te trekken.

Het gaat ook mis wanneer afnemers niet direct betalen voor wat ze consumeren, zoals in de zorg en het onderwijs dikwijls het geval is. Hoewel daarvoor goede argumenten zijn op het gebied van solidariteit en herverdeling, legt het de bijl aan de wortel van de concurrentie omdat afnemers ongevoelig worden voor de prijs, en aanbieders vaak niet meer worden afgerekend op hun kwaliteit.

Met regulering en allerlei vormen van nagebootste concurrentie kan in dat soort markten de marktwerking worden teruggebracht. Dat verloopt lang niet altijd vlekkeloos. Vaak is het resultaat nog te veel monopolie en te weinig marktwerking. In sommige markten is marktwerking eenvoudiger te realiseren dan in andere, maar helaas is het niet zo simpel als Tonkens suggereert, dat de scheidslijn ligt tussen productmarkten en diensten. Juist de medicijnmarkt die Tonkens naar voren brengt, kampt bijvoorbeeld met het probleem dat patiënten wel hechten aan hun dure merkmedicijn boven het goedkope alternatief en dat ze aan die voorkeur vasthouden omdat ze de kosten niet zelf dragen. En omgekeerd zou het geen verbetering zijn de KLM, TPG en KPN weer om te turnen in een aanbodgestuurd staatsbedrijf.

Marktwerking – het is al vaker gezegd – is maatwerk. Het vereist politieke duidelijkheid over de maatschappelijke belangen die in een sector geborgd moeten worden, en een analyse van de specifieke kenmerken van die sector. Wie die stappen doorloopt, zal zien dat de markt wel degelijk werkt.

Joost Poort werkt als senior onderzoeker in het cluster Mededinging en Regulering van SEO Economisch Onderzoek te Amsterdam.