

Nederland, regeland

Nummer 69, 12-3-2010

Column

Door Jacob van Kokswijk

Vrijdagmiddag, vijf voor sluitingstijd, doodlopende straat. Omdat ik 's ochtends vóór de file al van huis vertrok en pas na de avondspits weer thuis zal zijn, probeer ik bij een pillendraaier ergens onderweg een recept tegen een medicijn te ruilen. Tomtom wijst de weg. Het is glad en donker. Binnen, in een nauw halletje, staat een rij, wachtend voor het loket. De telefoon rinkelt vaak. 'Ogenblikje', en de rij blijft wachten. We luisteren mee naar de intimiteiten van andermans kwaal. Het duurt lang, want de dame achter het glas is bezig om een zo te horen oudere dame af te poeieren. 'Het systeem is nu al afgesloten, dus u moet maandagmorgen mijn collega bellen' zegt ze met een grijns naar haar collega, die nog gewoon achter haar beeldscherm zit. De belster houdt vol. Aan de wand een poster: wij zorgen voor uw gezondheid.

Na twaalf minuten meeluisteren ben ik aan de beurt. 'We zijn eigenlijk al gesloten...' Die opmerking negerend, overhandig ik haar met een 'alstublieft' het receptbriefje met mijn klantenpas. 'Dit is een oud pasje!' 'Dat kan', zeg ik, 'de nieuwe ligt thuis, en ik heb geen tijd gehad om het te halen, maar het klantnummer is hetzelfde.' 'Ik kan alleen het nieuwe pasje gebruiken.' 'U kunt toch het nummer intoetsen, en dan ziet u alle informatie over mij,' help ik. 'Dit is een oud wit pasje, ze zijn nu geel!' Ik diep uit mijn portefeuille een recent AMC-pasje op. 'Die geldt niet, want ziekenhuizen kunnen fouten maken!' 'Ik begrijp dat u het wél kunt, maar niet wílt?' 'Regels zijn regels!', klinkt het triomfantelijk. Het loket wordt gesloten. Een poster Om u nog beter van dienst te zijn, zijn wij nu ook bereikbaar via internet: www.apotheekhaaren.nl/ zwaait mij uit. Rest niets anders dan naar huis te rijden en daarna de nachtapotheek te storen.

Op cruciale producten en diensten in ons leven staat een monopolie. Het begon al met de VOC. 'Ondernemerschap' onder de vlag van onmisbaarheid, waar je als consument aan overgeleverd bent. Een monopolist houdt zich in stand met regels, hoe meer hoe liever. Regels worden gebruikt om prijzen te dicteren, contact af te houden en leveringscondities te bepalen. Voorwaarden noemt men dat, alsof je bij een monopolist onderhandeling zou verwachten. Regel 1: wij hebben altijd gelijk; regel 2: als we geen gelijk hebben, treedt regel 1 in werking.

Om de macht in stand te houden, helpt de ene monopolist de andere. Iets zoals de overheid die de operator een licentie of concessie geeft. Voor het geld moet je wat terugdoen en misstanden hou je onder de pet. Daarmee wordt onmisbaarheid ook onaantastbaarheid. Ogenschijnlijk is er een verscheidenheid van aanbod, en kun je kiezen. Verdedigers van dit stelsel noemen dat 'monopolistische concurrentie'. Slachtoffers weten dat ze altijd geschoren worden. De totale markt van een product of dienst is opgesplitst in een aantal deelmarkten, en op elke markt staat één aanbieder tegenover vele vragers. In totaal zijn er veel aanbieders die iets gelijkwaardigs bieden. Er kan per deelmarkt wat aan de prijs worden gerommeld omdat een product enigszins afwijkt van gelijksoortige producten in kwaliteit, vormgeving, service, loketadres of financiering, maar als puntje bij paaltje komt, is het kiezen uit twee kwaden.

Benzine, medicijnen, identiteitsbewijzen, telecommunicatie, parkeren bij vliegvelden, ja zelfs accountants en advocaten. Om de Servex-winkeltjes op de NS stations niet te vergeten. We hebben hier te maken met een ondoorzichtige markt van verbonden monopolisten. Gedwongen winkelnering. Een kartel is er niets bij.

Telecommunicatie is al een monopolie in het kwadraat. Voor de mens één BSN, voor de operator meerdere gsm-nummers, met onherroepelijke incasso. Wie moeilijk doet, gaat pontificaal op de Preventel-lijst, monopolistisch verbonden met BKR en Experian. In feite is de zeer grote mobiele markt verdeeld in vele deelmarkten met elk een monopolie. De prijsvorming is dus identiek als bij een monopolie, al wordt het wat anders verpakt. Als feitelijk identieke goederen op zeer vele plaatsen te koop aangeboden worden, noemt men dat productdifferentiatie, maar of je belminuten nu door de een of door de andere operator worden afgeteld, een telefoon blijft een lulijzer met een kostenteller.