

Lisa Herzog

'Must-read'

THOMAS PIKETTY

DE DEMOCRA- TISCHE MARKT

Hoe meer
economische
gelijkheid
onze politiek
kan redden

ten have

Markten, grote bedrijven en hun alliantie tegen de democratie

Op het eerste gezicht lijken markten misschien de perfecte manier voor democratische burgers om hun economische aangelegenheden te regelen. Mensen ontmoeten elkaar, bijvoorbeeld op een marktplein, sommigen met waren en anderen met behoeften die vervuld moeten worden, en na wat getreuzel en gemarchandeer wisselen goederen en geld van eigenaar; waarna ieder, gelukkiger dan voorheen, weer zijns weegs gaat. Zo beschreven, lijkt het wel of er met het marktmechanisme nooit iets mis is geweest.

Af en toe kom je zulke markten in het echte leven tegen. Een paar jaar geleden was ik op zoek naar een nieuwe jurk, in de hoop er een te vinden die biologisch en eerlijk geproduceerd was. Ik vond een winkel in een hippe buurt in Berlijn met een geweldig assortiment biologische en fairtrade kleding. Na een paar dingen te hebben gepast, koos ik voor een rode zomerjurk. De bejaarde man bij de kassa, blijkbaar de eigenaar van de winkel, glimlachte toen ik de jurk aan hem overhandigde. 'Dit is een eigen creatie,' zei hij. 'Zie je die naaimachine daar? Daarmee heb ik hem gemaakt.' Ik kon niets anders dan die glimlach terugkaatsen. En ik realiseer-

de me dat dit een zeldzaam moment was: ik kon me niet heugen ooit eerder de producent van een kledingstuk dat ik had gekocht, persoonlijk te hebben ontmoet.

De bespreking van de democratisering van de economie dient te beginnen bij markten, omdat het een wijdverbreide aanname is dat we in een 'markteconomie' leven. Bovendien lijken markten een natuurlijke match te vormen met democratie: beide worden vaak beschreven als zijnde gebaseerd op individuele vrijheden en als sociale systemen die alle leden van de samenleving in staat stellen er op gelijke voet aan deel te nemen. Toch zijn veel markten van vandaag ver verwijderd van dit ideaalbeeld. Vooral de ongezonde effecten van bedrijven op markten hebben diep ondemocratische implicaties. In veel markten verdwijnen de mensen die goederen produceren achter lange toeleveringsketens en krijgen consumenten alleen onpersoonlijke merknamen te zien – het winkeltje in Berlijn was een uitzondering. Bovendien is niet iedereen zo bevoorrecht dat hij of zij uitgebreid de tijd kan nemen om rond te kuieren, op zoek naar kleding, en het geld heeft om te kopen wat wat hij of zij maar wil.

Een vergelijkbaar rooskleurig voorbeeld van markttransacties trof ik aan in een boek over de rol van markten in de samenleving: het beschrijft een vrouw die haar 'economische vrijheid' gebruikt om een hondentrimsalon te openen. Het voorbeeld wordt gepresenteerd alsof alle markten dezelfde onschuldige kenmerken hebben.¹ Maar markten laten soms ook een heel ander gezicht zien, een gezicht dat onverenigbaar is met democratische waarden. Voor veel producenten betekenen markten concurrentie: meedogenloze druk om de kostprijs te verlagen om klanten tevreden te stellen en te behouden. Voor consumenten met weinig koopkracht zijn markten vaak domeinen waarvan ze worden uitgesloten: terwijl anderen keuze in overvloed hebben, staan zij aan de kant en struinen goedkope outlets of tweedehandswinkels af voor

de spreekwoordelijke broodkruimels die van tafel vallen. Markten zijn ook, ondanks alle keuze die ze bieden, vaak verwarrend en vermoeiend. Hoe vind je bij zoveel keuze het juiste product en hoe verzekert je je ervan dat er geen verraderlijke voorwaarden in de kleine lettertjes staan?

Critici zien markten als een van de oorzaken van de sociale problemen die ons economisch systeem met zich meebrengt: milieuvervuiling, grote ongelijkheid en financiële onzekerheid. Hoewel de verbreiding van 'marktwerking', vaak bekritiseerd als een verlies van traditionele banden, aanvankelijk misschien een bevrijdende dimensie heeft gehad, werpt het individuele burgers ook in een koude, grijze wereld van grimmige concurrentie. 'Alles wat vast is, verdamp't en wordt lucht,' schreven de auteurs van *Het Communistisch manifest*, en het ontketenen van de marktkrachten was een van de katalyserende factoren die ze daarbij in gedachten hadden.²

Wat dan te denken van markten vanuit een democratisch perspectief? Het eerste argument van dit hoofdstuk is dat democraten in abstracto niet 'voor' of 'tegen' markten kunnen zijn. Markten kunnen heel verschillende vormen aannemen, waarvan sommige in lijn zijn met democratische waarden, terwijl andere er op uiterst gespannen voet mee staan of ze zelfs ondermijnen. De vorm die ze aannemen hangt af van hoe ze worden gereguleerd door juridische en sociale normen.

Dit leidt op zijn beurt tot de vraag wie de marktregulering bepaalt: de burgers van de samenleving, via democratische politiek, of degenen die geacht worden te worden gereguleerd – de op dit moment machtige spelers in het economisch systeem? Antidemocratische verstoringen in de regulering van markten ontstaan meestal omdat er sprake is van ongelijke machtsverhoudingen. De collectieve organisaties die namens werknemers en consumenten zouden kunnen spreken, zijn enorm verzwakt, en het mi-

lieu heeft zelfs helemaal geen systematische vertegenwoordiging. Na een halve eeuw neoliberalisme zijn het de grote ondernemingen die als machtigste collectieve spelers nog fier overeind staan.³

Het tweede argument van het hoofdstuk is dan ook dat we de rol die markten spelen in de huidige samenlevingen niet kunnen begrijpen als we niet ook rekening houden met de rol van grote bedrijven – niet omdat er tussen privépersonen niet ook machtsongelijkheid en vormen van uitbuiting zouden kunnen bestaan, maar omdat de machtsongelijkheden tussen ondernemingen en privépersonen zoveel groter zijn, waardoor het risico op schendingen van democratische waarden veel hoger is. Grote ondernemingen zijn, zoals ze tegenwoordig worden opgericht, juridische entiteiten die in het leven zijn geroepen om de waarde voor aandeelhouders te maximaliseren – en ondanks alle kritiek is dit nog steeds het principe waar de meeste bedrijven zich op baseren. En maar al te vaak genereren ze winst niet door toegevoegde waarde voor de samenleving te creëren, maar door zich te begeven in extractieve sociale praktijken die onverenigbaar zijn met democratische waarden.

Bovendien hebben deze grote bedrijven er vaak een handje van markten ten eigen voordele te beïnvloeden. Ze beschikken over de financiële vuurkracht om de regels sterker te beïnvloeden dan andere marktspelers. Zo kunnen markten die geacht worden concurrerend te zijn, gemakkelijk veranderen in feodale bastions van ongelijke marktmacht. Historisch onderzoek bevestigt dit patroon, wat de vitale vraag oproept hoe de relatie tussen markten en democratie er vandaag de dag voorstaat.

Deze argumenten impliceren niet een volledige verwerping van de markt. Paradoxaal genoeg functioneren markten vaak het beste als ze zijn ingebed in een rijk scala aan niet-marktgebonden instituties, vanuit een democratisch perspectief. En dit brengt ons bij het laatste argument van het hoofdstuk: markten moeten wor-

den geïntegreerd in een breder institutioneel kader en gericht zijn op het algemeen belang. In de meeste gevallen maakt dat ze niet eens minder efficiënt in economische zin, omdat ongereguleerde of slecht gereguleerde markten doorgaans niet de wederzijdse voordelen opleveren die door voorstanders van de markt worden verondersteld.

De bespreking hier begint met een beschrijving van de logica van markten om vervolgens de geheel andere logica van grote ondernemingen onder de loep te nemen. Het is vooral door de wisselwerking tussen die twee dat er risico's voor de democratie ontstaan: doordat het ongelijkheid en dus ook ongelijke politieke invloed vergroot, kan de verbreiding van marktwerking leiden tot nieuwe vormen van feodalisering, die volstrekt in strijd zijn met democratische waarden. Om dit te voorkomen, moeten democratische samenlevingen markten ontwerpen die functioneren volgens hun eigen waarden. Uiteindelijk kunnen democratische samenlevingen echter maar beperkt ruimte bieden aan markten en zullen ze de grenzen ervan strikt moeten afbakenen. Ze kunnen zichzelf niet opvatten als 'marksamenlevingen' of toestaan dat markten het ultieme orderingsprincipe van sociale relaties worden.

De logica van markten

Markten zijn een specifieke manier om sociale interacties te organiseren en hebben hun eigen institutionele logica. Centraal staat daarin het prijsmechanisme: het brengt mensen samen die goederen of diensten willen kopen en verkopen, waarbij geld een bemiddelende rol speelt.⁴ Kenmerkend voor verkopers is dat ze een minimumprijs hanteren waaronder ze niet kunnen verkopen zonder verlies te lijden, en het liefst zouden ze het product voor een hogere prijs verkopen. Kopers worden gekenmerkt door het aan-

houden van een maximumprijs tot waar hun bereidheid om te betalen reikt; hoe lager de prijs, hoe waarschijnlijker het is dat ze tot koop overgaan. Dit zijn althans de gedragsaannamen die deel uitmaken van het gangbare begrip van markten.⁵ Na wat afdingen en onderhandelen, vormt zich een evenwichtsprijs, op een punt waarop alle mogelijkheden voor een wederzijds voordelige uitruil zijn uitgeput.⁶ Andere theorieën over markten leggen meer de nadruk op dynamische aspecten ervan: vanuit dat perspectief is het voordeel van de markt de constante aanpassing van prijzen aan de veranderende omstandigheden van vraag en aanbod.⁷

Deze interactiologica kan alleen plaatsvinden als er bepaalde instellingen aanwezig zijn. Vrijwel alle markttheoretici zijn het erover eens dat eigendomsrechten wettelijk moeten worden afgedwongen en sociaal geaccepteerd moeten zijn, omdat we anders roof, afpersing en piraterij krijgen in plaats van vreedzame transactie. Bovendien zijn er instellingen nodig voor de handhaving van contracten en de oplossing van conflicten. De meeste markten die vandaag de dag in westerse landen bestaan, zijn ingebed in complexe juridische structuren die bijvoorbeeld reguleren wat er gebeurt als een product niet wordt geleverd zoals beloofd. Weliswaar zijn er ook markten die lang beneden de radar van het rechtssysteem zijn gebleven, – zwarte markten zoals ze vaak worden genoemd – en die zullen waarschijnlijk ook altijd blijven bestaan.⁸ Zonder de problemen (en misschien zelfs kansen) van dergelijke markten te bagatelliseren, zal de focus in het vervolg van dit boek liggen op markten die opereren binnen de kaders die door middel van wettelijke regels zijn vastgesteld.

Naast eigendomsrechten en contracthandhaving hebben talloze andere wettelijke regels invloed op de regulering van markten: het belastingstelsel (inclusief de subsidies die aan bepaalde industrieën of individuen worden verleend), gezondheids- en veiligheidsnormen op het werk, de juridische vormen die beschikbaar

zijn voor bedrijven, enzovoort. Sommige theoretici – en misschien zelfs meer nog leken die niet bekend zijn met economische theorievorming – staan wantrouwend tegenover al dit soort regelgeving. Zij zien het als een inbreuk op wat anderszins louter een domein van eigendomsrechten zou zijn, waarin mensen vrij van inmenging door de overheid met elkaar handeldrijven. Maar dat is een misleidende voorstelling van zaken. De eigendomsrechten in marktgoederen maken zelf deel uit van het regelgevend kader dat bestaat dankzij – en waarvan de details ook worden bepaald door – de overheid.⁹

Een criticus zou kunnen antwoorden dat eigendomsrechten een groter normatief gewicht zouden moeten hebben dan, laten we zeggen, de gezondheids- en veiligheidsnormen in fastfoodrestaurants. De overheid heeft niet het recht zich te bemoeien met privéwoningen of ander privébezit van mensen, zou zo iemand kunnen zeggen. Maar de vorm van privé-eigendom die het meest aan deze intuïtie tegemoetkomt, is *persoonlijk* eigendom, en niet het *productief* eigendom dat wordt geïnvesteerd om geld te verdienen (en mensen zouden er best eens voor kunnen kiezen om juist géén geld te verdienen met persoonlijk eigendom omdat het voelt als iets vernederends).¹⁰ Waar mensen, en vooral bedrijven, doorgaans geld mee verdienen op markten, zijn verschillende typen dingen: gebouwen, machines, maar ook intellectueel eigendom. Eigendomsrechten kunnen voor hen alleen bestaan als onderdeel van complexe sociale structuren waarin – op zijn minst – de kosten voor de handhaving ervan via juridische instellingen moeten worden terugverdiend via belastingen.

Eigendomsrechten kunnen bovendien op heel verschillende manieren worden gedefinieerd, die meer of minder gunstig zijn voor de eigenaars zelf, maar ook voor andere leden van de samenleving en *hun* rechten.¹¹ Het eigendom van een stuk land moet bijvoorbeeld niet worden begrepen als inhoudende het recht om het

zodanig te vervuilen dat de mensen in aangrenzende gemeenschappen gezondheidsproblemen krijgen. Wat er met productief eigendom kan worden gedaan, hangt af van de regels die een democratische samenleving zichzelf oplegt, waarbij de belangen van verschillende groepen, zowel eigenaars als niet-eigenaars, worden afgewogen.

Naast wettelijke regels kunnen ook sociale normen een rol spelen bij het bepalen van het karakter van markten. Marktdeelnemers houden zich aan deze regels omdat ze afkeuring vrezen en geen publieke verontwaardiging willen veroorzaken.¹² Sociale normen worden vaak voorgesteld als de 'zachte' tegenhanger van het 'harde' kader van dwingende wettelijke regels. Maar sommige sociale normen zijn buitengewoon onverzettelijk, ten goede of ten kwade. Ze kunnen om markten te verbeteren gedrag uitbannen dat democratische waarden schendt – bijvoorbeeld als dergelijk gedrag wordt gezien als onverenigbaar met de 'eer van een koopman'.¹³ Maar ze kunnen ook op sluwe en ondemocratische wijze ongelijkheid en een insider-outsiderdynamiek bevorderen, zoals wanneer mensen met een bepaalde sociale achtergrond niet worden beschouwd als mogelijke zakenpartners op markten.¹⁴

Dit is de reden waarom er zo'n grote verscheidenheid aan markten bestaat, door heel de geschiedenis en alle geografische regio's heen, waarvan sommige er vanuit democratisch perspectief onschadelijk en weldadig uitzien, en andere hogelijk problematisch. Zoals de economische socioloog Neil Fligstein het formuleert, zijn markten 'sociale constructies die de unieke politiek-culturele constructie van hun bedrijven en naties weerspiegelen'.¹⁵ Vanuit democratisch perspectief moet deze verscheidenheid zeker serieus worden genomen.

Het is veelzeggend dat voorstanders van markten vaak komen met het voorbeeld van kleine bedrijven waarvan de oprichters zijn ingebed in lokale gemeenschappen en afhankelijk zijn van de

blijvende welwillendheid van hun klanten. Het eerdergenoemde voorbeeld van een vrouw die een hondensalon opent, komt van John Tomasi, een filosoof uit de Verenigde Staten, die een op de markt gebaseerde visie op de samenleving verdedigt. Hij schetst met warmte het denkbeeldige geval van een zekere Amy, die een zaak opent onder de naam 'Amy's Pup-in-the-Tub'.¹⁶ Zo'n bedrijf heeft alleen kans van slagen als Amy haar klanten echt waar voor hun geld levert (hoewel de meeste hondenbezitters het waarschijnlijk ook op prijs zouden stellen als er regels zouden zijn voor de manier waarop honden worden behandeld tijdens het trimmen, om mishandeling te voorkomen). Amy zal anderen niet snel het gevoel geven dat ze uitgebuit worden, omdat geen van haar betalende klanten existentieel afhankelijk is van haar diensten. Maar het is uiterst misleidend om het voorbeeld van Amy's hondensalon te veralgemeniseren en te projecteren op alle andere vormen van marktactiviteit. De transacties tussen Amy en andere marktdeelnemers kunnen als echt productief worden aangemerkt: beide partijen hebben er profijt van en er worden geen derden geschaad (hoewel ze wel degelijk concurrenten zou kunnen benadelen, een punt dat hieronder wordt onderzocht). Voor veel markttransacties geldt dat echter niet.

Exploitatie (gebruik, of in negatieve zin: uitbuiting) verwijst hier naar de oneerlijke behandeling van individuen (meestal werknemers), terwijl *extractie* (winning, of in negatieve zin: plundering) verwijst naar het winstgedreven gebruik van natuurlijke hulpbronnen op manieren die schadelijk zijn voor het milieu en, als gevolg daarvan, vaak ook voor de lokale bevolking. In marktverhoudingen waarin sprake is van exploitatie maken individuen of bedrijven misbruik van hun macht over bepaalde groepen door hen te onderwerpen aan hun eenzijdige wil en zo voordelen af te dwingen.¹⁷ De transacties kunnen op het eerste gezicht 'vrijwillig' lijken: werknemers aanvaarden een bepaalde baan, ook al is het

loon laag en zijn de arbeidsomstandigheden slecht.¹⁸ En toch zijn dergelijke transacties problematisch vanuit democratisch perspectief, omdat ze zijn gebaseerd op ongerechtvaardigde macht in plaats van op werkelijke instemming: deze arbeiders hebben eenvoudigweg geen alternatieve bron van inkomsten.

Het gebruik van de term *extractief* is hier vooral gebaseerd op overwegingen uit Latijns-Amerika waarin gereflecteerd wordt op de ervaring die deze landen hebben met buitenlandse bedrijven die hun markten betreden.¹⁹ Dergelijke bedrijven houden vaak patronen van racistische, koloniale uitbuiting in stand en onderwerpen lokale bevolkingen aan miserabele arbeidsomstandigheden. Ze hebben zich op grote schaal land en andere natuurlijke hulpbronnen toegeëigend en maken zich schuldig aan overexploitatie ten behoeve van de export. Hierdoor vernietigen ze niet alleen de natuurlijke leefomgeving, bijvoorbeeld door regenwoud te kappen en te vervangen door sojaplantages, maar ook de bestaansmiddelen van lokale gemeenschappen, bijvoorbeeld door watervoorraden te vervuilen.²⁰ Deze neo-extractieve patronen kunnen ontstaan doordat bedrijven samenwerken met lokale functionarissen; verzet is daarbij vaak beantwoord met geweld.

Amy's hondensalon en de mijnbouwprojecten in het Braziliaanse regenwoud die het milieu onherstelbaar beschadigen en de lokale beroepsbevolking uitbuiten – het zijn allebei voorbeelden van markten. En toch zijn ze, wat betreft hun compatibiliteit met democratische waarden, totaal verschillend. Dit illustreert het argument dat je vanuit een democratisch perspectief niet op abstracte wijze naar markten moet kijken, maar vanuit de (weliswaar nogal verwarrende) verscheidenheid aan vormen die ze in het echte leven aannemen. En natuurlijk bestaan praktijken van uitbuiting en plundering niet alleen in het mondiale Zuiden, maar ook in veel markten in het mondiale Noorden. Wetten en regels die bedoeld zijn om dit te voorkomen, door kwetsbare groepen en



Wie heeft werkelijk de macht in onze economie? Volgens Lisa Herzog zijn we gereduceerd tot passieve consumenten, terwijl de markt de touwtjes in handen heeft. Maar het kan anders.

In *De democratische markt* betoogt Herzog dat een fundamentele hervorming mogelijk is. Ze schetst een helder en haalbaar alternatief: een economie die niet alleen efficiënt is, maar ook rechtvaardig en democratisch. Waar werknemers meer zeggenschap krijgen in bedrijven, economische groei hand in hand gaat met duurzaamheid en burgers weer een stem hebben in het economische systeem. Een krachtig pleidooi voor een economie waarin niet de markt, maar de democratie centraal staat.

**‘Een hoopvolle en menselijke kijk,
relevant voor een breed publiek.’**
DEBRA SATZ, STANFORD UNIVERSITY

Lisa Herzog is een Duitse filosoof en sociaal wetenschapper. Ze doceert aan de Rijksuniversiteit Groningen.

