

Column

Een concurrentiestrijd om het publiek belang

Rutger Claassen*

De vraag of het mededingingsrecht meer ruimte moet geven aan duurzaamheidsbelangen staat niet op zichzelf. In feite is het een van de manifestaties van een telkens terugkerende spanning in het hart van ons economische systeem.¹

Aan de ene kant staat het marktmechanisme. Het belang van gezonde concurrentie is om economische welvaart te scheppen. Dit doel wordt in het mededingingsrecht, zoals de Europese Commissie dit uitlegt, gedefinieerd aan de hand van de belangen van consumenten, en de welvaart die zij ontleen aan de producten en diensten van bedrijven. Economische welvaart is als standaard intern aan de markt, neemt de preferenties van marktspelers als gegeven, evenals bestaande eigendomsverhoudingen. Aan de andere kant staan duurzaamheidsbelangen. Marktspelers hebben vaak een financiële prikkel om deze belangen te verwaarlozen. Economisch gesproken externaliseren zij daarmee de kosten van duurzaamheidsbeleid. Om bedrijven te dwingen deze kosten te internaliseren is een regulerende overheid nodig. Waar die overheid om wat voor redenen niet (adequaat) reguleert, kan een enkele onderneming proberen een niche op te bouwen met een duurzame productiewijze, die een selecte groep milieubewuste consumenten aanspreekt. En, waarom niet, ook het mededingingsrecht kan meer doen, en samenwerkende bedrijven legitimeren waar zij deze handschoen oppakken.²

Duurzaamheidsbelangen zijn maar één voorbeeld van 'publieke belangen'; zoals ook menswaardige arbeidsom-

standigheden, fatsoenlijke lonen, de bescherming van privacygevoelige data (in de techsector). Bedrijven hebben dus prikkels om deze kosten te externaliseren, zodat zij geen nadeel ondervinden voor hun concurrentiepositie. Wanneer bedrijven worden geleid door de wensen van hun aandeelhouders, vergroot dat het enthousiasme voor de internalisering van publieke belangen dan ook meestal niet.³ Door de buitenwacht worden bedrijven regelmatig opgeroepen om zich niet meer primair op aandeelhouderswaarde, maar op een maatschappelijk belangrijk 'purpose' te richten.⁴ Maar omdat aan maatschappelijke verantwoord ondernemen (MVO) dus vaak een concurrentienadeel vastzit, is het moeilijk initiatieven in deze richting betekenisvol te laten zijn. Een meer institutionele prikkel is nodig om resultaten in deze richting te boeken. Overheidsregulering is nodig, maar 'meer regels' is niet altijd effectief, voldoende precies, en voldoende snel voorhanden.

Vandaar bij deze een voorstel voor een nieuwe manier om bedrijven in de richting van internalisering van publieke belangen te bewegen: de instelling van een *Corporate Social Audit* (CSA). Kern van de CSA is om een concurrentiestrijd op gang te brengen tussen bedrijven, om zo goed mogelijk publieke belangen te realiseren. Aan winst in die concurrentiestrijd hangt een concrete financiële beloning, aan verlies een boete. Daarmee wordt het beste van overheidsregulering en MVO gecombineerd. De CSA creëert een *business case* voor de internalisering van publieke belangen.

217

* Prof. dr. R.J.G. Claassen is hoogleraar Politieke Filosofie en Economische Ethiek aan de Universiteit Utrecht. Correspondentie welkom op r.j.g.claassen@uu.nl.

1. Deze column is gebaseerd op nog niet gepubliceerd gezamenlijk wetenschappelijk werk met mijn collega Michael Bennett.

2. R. Claassen en A. Gerbrandy, 'Doing Good Together. The Political Legitimacy of Interfirm Cooperation', *Business Ethics Quarterly* 2018, nr. 4, p. 401-425.

3. M. de Jongh, *Tussen societas en universitas. De beursvennootschap en haar aandeelhouders in historisch perspectief* (E-book), Deventer: Wolters Kluwer 2014, p. 399-406.

4. C. Mayer, *Prosperity. Better Business Makes the Greater Good*, Oxford: Oxford University Press 2018. De Jongh 2014, p. 399-406. Zie ook artikelen en rapporten op www.thebritishacademy.ac.uk/programmes/future-of-the-corporation en het recente pleidooi van 25 hoogleraren ondernemingsrecht: J. Winter e.v.a., 'Naar een zorgplicht voor bestuurders en commissarissen tot verantwoorde deelname aan het maatschappelijk verkeer', *Ondernemingsrecht* 2020/86.

Eens in de zoveel jaren zouden alle bedrijven met een bepaalde omvang door een auditcommissie kunnen worden beoordeeld. Aan het begin van zo'n cyclus kan een lijst met criteria worden opgesteld waarop bedrijven worden beoordeeld. Die criteria vertegenwoordigen voor die cyclus het publiek belang. Het opstellen daarvan kan een taak zijn van de minister, de Autoriteit Consument & Markt (ACM), een parlementaire commissie, of een direct-democratische instantie, zoals een burgerconventie. De criteria moeten voldoende open zijn, geen volledig dichtgetimmerde checklist van concrete voorschriften. Belangrijk is immers dat bedrijven zelf creatief gaan nadenken hoe zij publieke belangen in hun bedrijfsvoering kunnen operationaliseren. Tegelijk moeten de criteria wel enige richting en houvast geven, zodat bedrijven en auditcommissies weten op welke zaken gelet gaat worden. De auditcommissie die bedrijven beoordeelt, kan een expertcommissie zijn, een parlementaire commissie of een burgerjury (of een mengvorm daarvan). De beoordeling leidt tot een totaalscore, op basis waarvan bedrijven worden ingedeeld, bijvoorbeeld in vijf *tiers*. A-tierbedrijven scoren het best, E-tierbedrijven het slechtst.⁵ Vervolgens krijgen bedrijven een financiële prikkel, die afhangt van hun score. Men kan bijvoorbeeld het toegepaste tarief van de vennootschapsbelasting afhankelijk maken van de score in de CSA. Een goede score wordt zo fiscaal voordelig. Bijstelling van het systeem is mogelijk. Is de financiële prikkel niet sterk genoeg dan kan hij in de volgende cyclus worden versterkt, blijkt hij te sterk dan kan hij worden afgezwakt. Net als elk element in dit voorstel verdient dit onderdeel nadere uitwerking, waartoe ik juristen, economen en anderen bij deze uitnodig.

Kern van de zaak is om (grote) bedrijven tot volwaardige tweeënige wezens te maken, die zowel het creëren van economische waarde als het realiseren van publieke belangen tot hun kerntaak maken. De grote uitdagingen van deze tijd schreeuwen daar om. Marktconcurrentie disciplineert bedrijven om het eerste te doen, de CSA dient als accountabilitymechanisme voor het tweede. Beide mechanismen spreken dezelfde (financiële) taal, en zijn daarom tegen elkaar opgewassen. Het overleven en floreren van het bedrijf kan niet zonder een goede prestatie in beide competities. En het mededingingsrecht zal in dit alles ook nog een flankerende rol hebben: om erop toe te zien dat geen stilzwijgende coördinatie tussen bedrijven optreedt om het rustig aan te doen in de publieke competitie.

5. Men kan de indeling competitief maken: dan kan maar 20 procent van alle beoordeelde bedrijven A-status krijgen, 20 procent B-status enzovoort. Dan zal het erom gaan – net als op de markt – het *beter* te doen dan de concurrenten. Men kan ook voor een niet-competitief systeem kiezen, waarbij alle bedrijven in principe A-status kunnen krijgen. Om een opwaartse spiraal te creëren moeten dan de criteria elke cyclus strenger geformuleerd worden.