





## SAMENLEVING

Econoom Jan Eeckhout waarschuwt voor de macht van supersterbedrijven

# ‘De ongelijkheid wordt langzamerhand onhoudbaar’

Door EWALD PIRONET, foto LAURA VAN SEVEREN

Een paar honderd bedrijven zijn zo dominant dat ze gigantische winsten kunnen boeken. Denk aan Google, Facebook en Apple, maar ook aan de Belgische bierbrouwer AB-InBev. Dat is niet goed voor de economie en ook niet voor de samenleving: ‘Ze vormen een bedreiging voor onze democratie’, zegt econoom Jan Eeckhout.

‘Je kent toch de strategie van voetbaltrainer José Mourinho?’ vraagt Jan Eeckhout, professor aan de Universiteit Pompeu Fabra in Barcelona. ‘Zet de scheidsrechter zo veel mogelijk onder druk. Als die een beslissing neemt, storm je met elf spelers op hem af. En als het even kan, probeer je een speler van de andere ploeg een gele kaart aan te smeren. Wel, dat zie je nu ook in het bedrijfsleven: grote ondernemingen zetten politici en mededingingsautoriteiten onder druk opdat ze hen geen strobreed in de weg leggen. En ze doen er alles aan om elke mogelijke concurrent weg te duwen. Desnoods nemen ze hem gewoon over.’

Eeckhout publiceerde vorig jaar bij het prestigieuze Princeton University Press *The Profit Paradox*, waarvan de Nederlandse vertaling (*De winstparadox*) nu op de markt komt. Daarin legt hij uit dat het succes van bloeiende bedrijven als Google, Facebook, Apple en bierbrouwer AB-InBev niet gunstig is voor werknemers, de economie en de samen-

leving als geheel. Alleen de eigenaren, de aandeelhouders worden er rijk van, puissant rijk zelfs. ‘We betalen te veel en verdienen te weinig’, aldus Eeckhout. ‘Het zorgt voor een groeiende ongelijkheid die langzamerhand onhoudbaar wordt.’

Dat heeft alles te maken met de marktmacht van die bedrijven: ze verwerven een monopolie in een sector en kunnen bovengemiddeld hoge prijzen aanrekenen en dus veel winst boeken, die vooral de aandeelhouders ten goede komt. Vier jaar geleden schreef Eeckhout samen met zijn collega Jan De Loecker, toen professor aan Princeton University, een spraakmakende paper over die marktmacht. Wat beide ex-studenten van de KU Leuven ontdekten, was onthutsend en verontrustend: tussen 1950 en 1980 bedroeg de winstmarge van Amerikaanse bedrijven gemiddeld 25 procent, daarna steeg dat tot 54 procent in 2019. Datzelfde patroon zagen ze ook in Europa en Azië. En in zo goed als alle sectoren.

Eeckhout: ‘De winstmarge steeg sinds

1980 gemiddeld tot boven de 50 procent, maar in feite gaat het om een vierhonderdtal bedrijven met zeer veel marktmacht die het uitzonderlijk goed doen en die dat gemiddelde fors omhoog trekken. Bij de meeste bedrijven ligt de winstmarge al tientallen jaren rond de 20 procent.’

**Wat is er in de jaren tachtig gebeurd, waardoor die bedrijven hun winstmarges zo konden opdrijven?**

JAN EECKHOUT: Het is de periode dat Ronald Reagan president was in de VS en Margaret Thatcher premier in het Verenigd Koninkrijk. Voorstanders van een vrijemarkteconomie zonder belemmeringen zwaaiden toen de plak. Maar een nog grotere stuwkracht was de snelle technologische verandering, de opkomst van de personal computers, het internet enzovoort. Dankzij de digitalisering krijg je een enorm schaalvoordeel. Bedrijven als Google en Facebook zijn wereldwijd actief en kunnen de kosten breed uitsmeren. Op zich is dat niets nieuws, ook rond 1900 hebben we dat al gezien. De technologische vooruitgang betrof toen aardolie, elektriciteit en spoorwegen en ook toen ►

**JAN EECKHOUT: ‘Als er geen mededingingsautoriteit komt, vrees ik het ergste.’**



**JAN  
EECKHOUT**

→ 1970 geboren in Aalst  
→ 1988-1992 studie handelsingenieur (KU Leuven)  
→ 1993 master economie (Manchester)  
→ 1998 doctoraat (London School of Economics)  
→ 1999 wordt professor economie (University of Pennsylvania)  
→ 2008 wordt onderzoeksprofessor aan de Barcelona School of Economics  
→ 2011 wordt professor economie aan University College London  
→ 2017 visiting professor aan Princeton University  
→ sinds 2019 professor aan Universiteit Pompeu Fabra in Barcelona

kreeg je enorm dominante bedrijven en schatrijke individuen, zoals J.P. Morgan en John Rockefeller. Vandaag heten ze Mark Zuckerberg en Bill Gates.

**Technologische vooruitgang is dus niet altijd een zegen?**

EECKHOUT: Technologische vooruitgang is tegelijkertijd de held en de slechterik in de film over de economische ontwikkeling. Met onze smartphone kunnen we zaken doen die we enkele jaren geleden nog niet voor mogelijk hielden. Technologische vernieuwing zorgt voor een grote vooruitgang, voor economische groei en een betere kwaliteit van het leven. Maar het creëert ook ongelijkheid tussen de bedrijven. Het komt er als bedrijf op aan om als eerste de markt in te palmen, zodat concurrenten er geen kans meer maken en vervolgens hoge winstmarges aan te rekenen. Het is een verhaal van *the winner takes it all*.

**Kunt u daar een concreet voorbeeld van geven?**

EECKHOUT: In 1995 ging de onlineveilingssite eBay in de VS van start. Waar moet ik nu zijn als ik iets wil verkopen? Bij eBay, want daar zitten de meeste kopers. Waar moet ik zijn als ik iets tweedehands wil kopen op het internet? Bij eBay, want daar vind je de meeste verkopers. Yahoo! Auctions probeerde in 1998 om de concurrentie aan te gaan met eBay maar kreeg geen voet aan de grond. Niemand ging naar Yahoo! Auctions, daar zaten nauwelijks kopers of verkopers. Zelfs niet toen het geen transactiekosten aanrekende en de site financierde met advertenties. eBay is nog steeds de belangrijkste onlineveilingssite en rekent 7 tot 8 procent transactiekosten, terwijl zo'n transactie maar 0,5 procent kost. Kassa!

**Speelt de digitalisering ook zo'n belangrijke rol bij het monopoliseren van de markt in traditionelere sectoren?**

EECKHOUT: Zeker, in de textielindustrie bijvoorbeeld hebben we het Spaanse bedrijf Inditex. Dat is de grootste detailhandelaar van kleding in Europa, de VS en Azië, met winkels als Zara, Pull and

Bear en Bershka. Wekelijks verandert het aanbod van kleding in Zara. Ze leggen zich niet toe op een collectie voor een heel seizoen, maar testen prototypes uit en op basis van reacties en verkoopcijfers beslissen ze waarvan er grotere aantallen worden gemaakt. Tussen ontwerp en distributie in de winkels liggen minder dan vijftien dagen. Dat kan allemaal dankzij het verzamelen van data en doorgedreven informatisering.

**Hoe kwam brouwerij AB-InBev aan zijn grote marktmacht?**

EECKHOUT: Dankzij fusies en overnames. Het bouwde aan wereldmerken en schakelde concurrenten uit. Zo kreeg het pakweg 28 procent van de wereldwijde biermarkt in handen, rond de 50 procent in de VS en België. AB-InBev werd een dominante speler en een van de winstgevendste multinationals. Ook Facebook heeft zijn monopoliepositie uitgebouwd met overnames

van WhatsApp en Instagram en palmde zo de socialemediamarkt in. De enige reden voor al die overnames van AB-InBev en Facebook was: de concurrentie fnuiken, marktmacht creëren.

**Wil niet elk bedrijf zo weinig mogelijk concurrentie om zo veel mogelijk winst te boeken?**

EECKHOUT: Uiteraard, een bedrijf kan alleen veel winst maken als er – tenminste tijdelijk – geen concurrentie is. Maar

**‘Het komt erop aan om als eerste de markt in te palmen. Het is een verhaal van *the winner takes it all*.’**

meestal zie je dan concurrentie opkomen die onder de prijs duikt. Dan krijg je de ‘creatieve destructie’ waar econoom Joseph Schumpeter over sprak: succesvolle innovatie zorgt voor tijdelijke marktmacht, maar een nieuw bedrijf knabbelt aan de bovenmatige winst, oude bedrijven worden vernietigd door nieuwe. Voor het overgrote deel van de economie geldt dat nog steeds, maar bij bedrijven met een grote marktmacht zien we iets anders: daar krijgt de concurrentie geen kans. Hun marktmacht is niet tijdelijk. Amazon bestaat al 25 jaar, Facebook 20 jaar. Ze doen er alles aan opdat er geen concurrentie komt. Dus: proberen bedrijven een monopoliepositie te verwerven? Ja. Mogen ze dat doen? Ja, maar de markt moet wel vrij zijn en het spel moet eerlijk worden gespeeld.

**En het spel wordt niet eerlijk gespeeld?**

EECKHOUT: Nee. Ik maak altijd de vergelijking met het voetbal: een mooi spel als elf spelers het tegen elf opnemen, het veld plat is, de regels voor iedereen dezelfde zijn en de scheidsrechter onpartijdig is. Maar dat is met de bedrijven met een grote marktmacht niet zo: ze spelen met 15 tegen 5 spelers, het veld helt sterk af, de regels zijn in hun voordeel en de scheidsrechter speelt met hen mee. Dat is niet gezond.

**Hoe uit zich dat concreet?**

EECKHOUT: In de VS, maar ook in Europa, is marktmacht creëren en handhaven een van de belangrijkste taken van lobbyisten. Bedrijven met marktmacht maken zo veel winst dat ze voldoende geld hebben om politici of campagnes te financieren, met het oog op de bescherming van die marktmacht. Daarnaast bevinden we ons met de nieuwe technologieën nog steeds in het Wilde Westen. Over heel veel zaken is er geen duidelijkheid. Moet je bijvoorbeeld taxi-app Uber toelaten, en op welke manier doe je dat? Dat zijn belangrijke beslissingen. Voor het bedrijf dat het eerst die markt verovert, ligt de winst voor het grijpen. Daarom benaderen die bedrijven politici om ervoor te zorgen dat er zo weinig mogelijk regels komen.

Ook als bedrijven willen fuseren, wordt ze zelden iets in de weg gelegd. De fusie van Facebook en Instagram dateert al van 2013 en pas nu worden daar vraagtekens bij geplaatst. Pas op, je

kunt de mededingingsautoriteiten niets verwijten. Ze moeten werken binnen een wettelijk kader en beschikken niet over voldoende middelen. Van de 100 dossiers die ze zouden moeten behandelen, worden er 90 aan de kant geschoven, 10 worden bekeken en daarvan wordt één geval echt aangepakt. En dan schakelen de bedrijven een legertje advocaten in en stappen ze naar de rechtbank. Bedrijven met grote marktmacht beïnvloeden niet alleen de wetgeving, ze winnen ook rechtszaken.

**Ze beschikken daarvoor ook over eindelijk veel geld.**

EECKHOUT: Precies. Hoe meer winst ze hebben gemaakt, hoe meer ze kunnen spenderen aan politieke inmenging. En dat levert hen dan nog meer winst op. Dat is een vicieuze cirkel die nadelig is voor de economie, maar hij vormt ook een ernstige bedreiging voor de democratie. Om het te zeggen met de woorden van de voormalige rechter van het Amerikaanse Hooggerechtshof, Louis Brandeis: 'De Amerikanen zouden democratie kunnen hebben, of rijkdom geconcentreerd in een paar handen, maar ze kunnen niet allebei hebben.' En het geld zit nu bij een paar mensen, zoals Mark Zuckerberg, Bill Gates en de families Van Damme en Spoelberch van AB-InBev. Maar er is nog een andere manier waarop de grote marktmacht onze democratie bedreigt.

**Vertelt u eens.**

EECKHOUT: We zien een toename van de loonongelijkheid tussen bedrijven. In het gros van de ondernemingen krijgen de werknemers nog steeds een laag loon, maar in 'supersterbedrijven' als Google en Facebook krijgen de werknemers die voor het verschil zorgen steeds hogere vergoedingen. Je krijgt overbetaalde ceo's en supersterren. De kloof tussen gewone werknemers en topverdieners neemt toe. De vruchten van de technologische vooruitgang gaan naar een kleine groep mensen en dat leidt tot polarisatie in de samenleving. Het kapitalisme van de grote bedrijven laat de meerderheid van de huishoudens in de steek en zorgt voor een ideale voedingsbodem voor populisme. Mensen vinden dat ze toch maar weinig te verliezen hebben en stemmen voor extreme partijen.

**Sommigen zullen uw boek, *De winstparadox*, lezen als een antikapitalistisch boek, in het spoor van Karl Marx en Friedrich Engels, die schreven dat**

## 'Ik ben er voorstander van om AB-InBev op te delen. Zo vind ik ook dat we Facebook, Instagram en WhatsApp opnieuw uit elkaar moeten halen.'

**de vrijmarkteconomie onvermijdelijk leidt tot monopolievorming.**

EECKHOUT: Integendeel, het boek is pro kapitalisme! Ik wijs op de funeste gevolgen van het scheve, ongezone kapitalisme dat pro de bedrijven is. Het echte kapitalisme is pro de markt, voor meer concurrentie. Met meer concurrentie haal je het beste naar boven, meer concurrentie is goed voor iedereen.

**We zitten met die monopoliebedrijven. Wat moeten we daarmee doen? Ze opdelen?**

EECKHOUT: Ik ben er voorstander van om AB-InBev op te delen, want de fusie tussen Inbev en Anheuser Busch in 2008 had nooit mogen plaatsvinden, die kwam er louter en alleen om de concurrentie te fnuiken. Zoals ik ook vind dat we Facebook, Instagram en WhatsApp opnieuw uit elkaar moeten halen. Eenvoudig zal dat niet gaan. Zuckerberg zei ooit dat hij Facebook, Instagram en WhatsApp als eieren door elkaar zou klutsen, zodat het onmogelijk zou worden om de fusie terug te draaien.

**Moeten we Facebook zelf ook nog opdelen?**

EECKHOUT: Ik ben er geen voorstander van om Facebook zelf op te splitsen, zoals het ook geen zin heeft om Amazon op te delen. Dan verlies je het voordeel van een groot platform en dat is precies van grote waarde. Er moet iets anders gebeuren. Laat ik het vergelijken met de spoorwegen: we leggen geen twee of drie spoorlijnen naast elkaar om de concurrentie te

bevorderen, maar we laten over het ene spoor dat er al ligt wel treinen van verschillende bedrijven rijden. Dat moet je ook doen in de digitale wereld, zoals dat trouwens al gebeurt in de mobilofonie: je laat toe dat meerdere operatoren gebruikmaken van het netwerk. Zo krijg je concurrentie. Maar we kijken nu te veel naar elk geval apart en hebben geen oog voor het grote gevaar.

**Welk groot gevaar?**

EECKHOUT: Er is wel discussie over hoe we Facebook, Google en Apple moeten aanpakken, maar er wordt niet nagedacht over wat we moeten doen aan het globale fenomeen van de groeiende macht van een beperkt aantal bedrijven. We staren ons blind op de golven, maar we hebben geen oog voor de tsunami die alles wegveegt. Er moet dringend gezorgd worden voor meer concurrentie.

**En hoe kan die er komen?**

EECKHOUT: De politici moeten zorgen voor duidelijke regels die concurrentie bevorderen en dan moet er een onafhankelijke instelling komen die erover waakt dat ze worden toegepast. Denk aan de centrale banken. Die kregen een duidelijk mandaat: zorg ervoor dat de inflatie 2 procent bedraagt. De centrale banken doen dat op een onafhankelijke manier, ze nemen de beslissingen die ze nodig achten om de inflatie in toom te houden. Zo moet er ook een onafhankelijke mededingingsautoriteit komen met als mandaat: zorg voor meer concurrentie. Komt die er niet, dan vrees ik het ergste. De vorige golf van toenemende marktmacht, ongelijkheid en polarisatie begin twintigste eeuw, werd slechts opgelost door twee wereldoorlogen en een grote depressie.

**Vreest u echt dat de toenemende marktmacht opnieuw voor zo veel onheil zal zorgen?**

EECKHOUT: Ja, onderschat het vooral niet. De bestorming van het Amerikaanse Capitool op 6 januari 2021 was nog wel geen oorlog, maar het was toch een opstand. Zie ook de vele betogingen van de gele hesjes, van mensen die zich in de steek gelaten voelen, die niet zelden uitmondten in rellen. Mensen die vinden dat ze in een onrechtvaardige situatie zitten en niets meer te verliezen hebben, zijn tot veel in staat. ●



Jan Eeckhout, *De winstparadox. Waarom de macht van supersterbedrijven onze economie ondermijnt*. Lannoo, 341 blz., 29,99 euro.