Ondernemerspopulisme en asociaal kapitaal

Jos de Beus

Commercialisme sinds Fortuyn?
De moord op Fortuyn is onlangs voor de zesde keer herdacht. Ik herinner mij kleurrijke en wilde types ondernemers uit bepaalde sectoren (makelaars, medische specialisten). Ze schaarden zich luidruchtig achter Fortuyns verzet tegen de vastgelopen publieke sector (wachtlijsten, files, ambtenaren), tegen schaalvergroting en tegen islamisering als de schaduwzijde van de ooit zo rendabele gastarbeid. Sommigen van hen brachten het tot minister, zoals Herman Heinsbroek.

In een lezing in december 2001 getiteld ***De ondernemer als politicus*** wees ik op een opmerkelijke evolutie van de sociale status en het bijbehorende zelfvertrouwen van de modale ondernemer. Het begon allemaal met de statusangst van ondernemende lieden ten opzichte van de adel en het patriciaat, uitgezonderd de regenten uit de ***old boys*** netwerken met een Van Eeghen uit Amsterdam, een Dutilh uit Rotterdam, of een Blijdenstein uit Twente. Later ontstond de gehoorzame zelfbinding van ondernemers in de zuilen ? vaak langs levensbeschouwelijke lijnen. Daarna, vanaf 1966, Nieuw Links en de ‘200 van Mertens’ werd de ondernemer een bedreigde diersoort in een tijdperk van winsterosie en arbeiderisme. Sinds de recessie rondom 1980 volgde een herstel van prestige en tucht van werkgevers in het poldermodel van Lubbers en Kok. Daarvoor waren vele inspanningen nodig van grote mannen als Wagner (herstelbeleid), Dekker (gezondheidszorg), Montijn (grote steden), Timmer (verhindering millenniumbug), Wijffels (hervorming intensieve veeteelt), Winsemius (informatie- en communicatietechnologie) en ook Wijers (openstelling winkels). En ten slotte waren er de kiemen van een opstand tegen het poldermodel onder aanvoering van de Leefbaren en Fortuyn, als een late emancipatie van ondernemerschap. De ondernemer werd zichtbaar en beroemd als winnaar, lobbyist, discussiant op de beeldbuis, nationaal geweten en rolmodel, met als voorbeelden Joop van den Ende, Cees van der Hoeven en Roel Pieper.

Gegrepen door de onverwachte instorting van Paars als Nederlandse vorm van fin-de-siècle sociaal-liberalisme, voorspelde ik een regimewijziging van collectivistisch

standsbesef naar individualistische handelsgeest. De nieuwe gepolitiseerde ondernemer zou uit de koepels VNO/NCW, MKB Nederland en LTO Nederland treden en uiteraard uit de Stichting van de Arbeid en de SER. Hij zou gaan van loyale vaste deelname aan ondernemersverenigingen naar berekenend los lidmaatschap, van landelijk bedrijfsleven naar het wereldbedrijf als brandpunt, van schikking tussen arbeid en kapitaal naar schikking tussen alle ***stakeholders***, van overleg naar pressie, en van verdediging en matiging naar aanval en maximalisatie van deelbelangen van ondernemers. Deze hele wijziging paste mijns inziens in een internationale opkomst van commercialisme in de plaats van corporatisme. Dat is politisering van bedrijfsleven, ja van turbo- en superkapitalisme, buiten het kader van politieke partijen, parlement en de regelgevende overheid om: ondernemers worden publieke lobbyisten van hun eigen zaak, consumenten representeren hun grieven en eisen zelf (politiek consumentisme, ook via het web).

Ondermijnd corporatisme

Is mijn voorspelling uitgekomen? In eerste aanleg is het antwoord neen. De overlegeconomie draait nog steeds bij de gratie van een hoge organisatiegraad van ondernemers, ondanks een korte crisis in de herfst van 2004 (opheffing vervroegde uittreding) en de herfst van 2007 (opheffing ontslagbescherming). Volgens de laatste cijfers van het Sociaal Cultureel Planbureau steeg het aantal georganiseerde ondernemers en zelfstandigen van 267.000 in 2000 naar 318.000 in 2003. Dit jaar zijn er CAO’s afgesloten over een aanzienlijke contractloonstijging bij leidende ondernemingen als KNP en Philips. Er waren in dit vermoedelijk laatste seizoen van hoge groei - 3 tot 4 procent - soms stakingen (kleinmetaal), maar die troffen meestal de publieke sector (politie, onderwijs). Ook zijn er nog talloze ondernemers in het klein- en middenbedrijf die sociaal kapitaal opwekken omdat ze om zakelijke en morele redenen bijdragen tot het goede leven in hun dorp, stad of regio, terwijl ze een hekel hebben aan grootkapitalisten in Davos, Brussel en Den Haag of praatjesmakers in Hilversum (zeg Victor Muller van het mislukte Spykerproject). Het laatste maar niet het minste: in een recent onderzoek van de journalist Hans Beerenkamp naar televisie-optredens van 296 bekende Nederlanders in serieuze programma’s tijdens de maanden februari tot april van dit jaar wordt aangetoond dat ondernemers de grote afwezigen zijn. Alleen Van den Ende haalt nog net de top honderd. Achter hem eindigen een rozenkweker in Zimbabwe en een chef-kok. De modieuze stelling over de ondernemer als beroemdheid en idool in de media gaat in Nederland niet op.

Er is een andere, dubbelzinnige beweging gaande. Aan de ene kant ontwikkelen grote ondernemers in de exportsector zich tot een buiten-Nederlandse elite van

Europeanen en wereldburgers. Wanneer deze ondernemers geen emplooi bieden aan Nederlanders en hun nationale publiciteitscampagnes mislukken, dan kunnen zij de reputatie krijgen vijanden van het volk te zijn. De brandbrief van enkele multinationals aan minister van Financiën Bos in het najaar van 2007 ter bescherming van hun eigen bonus-inkomen roept het beeld op van asociaal kapitaal. Dergelijke acties zullen een antikapitalistisch meningenklimaat scheppen onder gewone mensen. Aan de andere kant doen andere ondernemers op de binnenlandse markt juist mee aan de populistische beweging die zich sinds Fortuyn heeft meester gemaakt van de Nederlandse politiek. Dit soort ondernemers voelt zich dubbel buitengesloten. Men hoort niet bij de Europese en mondiale elite, maar evenmin bij de regenten van het poldermodel. Men voelt zich aangetrokken tot het vrijzinnige nationalisme van Fortuyn, Wilders en Verdonk. Ik leg beide trends nader uit.

De ondernemer als vijand *of* vriend van het volk

Het Rijnlandse model van kapitalisme bestaat niet meer, om te beginnen niet meer bij de AEX-bedrijven als Shell, Reed Elsevier, Aegon, Randstad, Heineken, TNT, en DSM. Het streven naar continuïteit heeft plaats gemaakt voor korte-termijn rendementsoverwegingen, het bedrijf is niet meer een gemeenschap maar koopwaar, de collectieve risicodekking en de besparingen maken plaats voor aanvaarding van mislukking en consumentisme, terwijl de traditie van emigratie is vervangen door open grenzen voor liefst hardwerkende en hoog gekwalificeerde buitenlanders. De bedrijfstop gaat voor in zelfverrijking. De macht van de hoogste managers, van aandeelhouders, en van beleggingsfondsen is uitgebreid. Die van vakbonden, netwerken van commissarissen (oud geld) en ondernemingsraden is gekrompen. Het is dus een ontpolderd, ja ontnederlandiseerd type onderneming dat meedraait op de wereldmarkt. Dit valt allemaal na te lezen in het boek ***Nieuwe netwerken*** van Meindert Fennema en Eelke Heemskerk (2008) en het onderzoek naar de plek van Nederlanders in het Europese zakenleven van ***de Volkskrant*** (12.4.08).

Politiek gezien vertaalt de verdwijning van de nationaal gewortelde en democratisch vervlochten onderneming zich in neoliberalisme. Dat wil zeggen: bevordering van marktwerking door de overheid, de visie op de overheid als een soort aparte vennootschap met toezichthoudende autoriteiten, managers en adviseurs, en een marktvisie op de politiek (contracten tussen campagnepolitici en burgers als consumenten van publieke goederen). In de paarse periode was er aanzienlijke electorale steun voor neoliberalisme. Maar in de algemene verkiezingen van

november 2006 verloren alle partijen die economische en morele vrijheid beloofden (VVD, D66, ook Groenlinks en PvdA) en wonnen alle partijen die een of andere vorm van binding beloofden, van eenhoofdig leiderschap, morele gemeenschap en een sterke nationale overheid (SP, Christenunie, PVV, ook het CDA (licht verlies)). Het neoliberalisme als publiciteitsstrategie van multinationals begint een populistische vijandigheid op te roepen. Multinationals die in naam Nederlands zijn maar in het echt buitenlands zijn wat betreft vestiging, afzetmarkt, samenstelling van de leiding en aandeelhouderschap en nog veel meer, verliezen de gunst van het volk. Kleisterlee van Philips heeft een goede naam, maar hij zegt zelf dat hij de laatste Nederlandse topman zal zijn. Wijers van Akzo heeft eveneens een goede naam. Maar hij dankt dit niet alleen aan zijn prestaties als minister en zijn sympathieke uitstraling, maar ook ? en vooral ? aan zijn geslaagde fusie op voet van gelijkheid met het Britse ICI en aan zijn bereidheid tot vrijwillige matiging van bonus-inkomens van topbestuurders. Vele andere grotere ondernemers zijn minder ruim van geest. Zij beschouwen de Code-Tabaksblat als een vodje papier. Zij omarmen de mantra van Al Gore over duurzaam ondernemen enkel zolang dit winstgevend is. Dergelijke ondernemers worden steeds vaker gezien als landverraders, zeker in de malaise sinds de mislukking van de fusie tussen ABN AMRO en ING en de ontmanteling van Nederlands grootste bank.

De tweede tendens is ondernemerspopulisme, een van de vele uitvindingen van Pim Fortuyn. Ondanks de instorting van de LPF, gaat dit populisme nog steeds door in de VVD (Sir Ben Verwaayen van British Telecom als schrijver van het verkiezingsprogramma in 2006) en haar afsplitsingen: PVV (Wilders) en TON (Verdonk). Het betreft een soort ondernemer die de nestwarmte van het CDA niet meer verdraagt, voorbij de gebruikelijke klacht van ***de Telegraaf*** treedt (minder belasting, regeldruk, overlegverplichting), en zelf de openbare sfeer zoekt met tamelijk vergaande eisen, voorstellen en projecten (snel, simpel, hard, persoonlijk, dramatisch), zoals rond de bouw van extra wegen. Onder het bewind van Balkenende begint zich een paradox af te tekenen. Aan de ene kant worden ondernemers op hun wenken bediend (denk bijvoorbeeld aan de lastenverlichting van Zalm), aan de andere kant is er een aanhoudende, ongeduldige en boze kritiek op de politiek en de overheid alsof die bezig zijn alle echte ondernemers en harde werkers te verdrijven. Kijk elke week naar Harry Mens om een indruk te krijgen.

Het valt in de populistische ondernemer te prijzen dat zij of hij zich druk maakt over de slechte kwaliteit van het vaderlandse bestuur en de Haagse of gemeentelijke politiek. Het is bekend dat een ondernemer die de politieke openbaarheid zoekt, ineens impopulair kan worden en daardoor in snel tempo welstand en aanzien kan

verliezen (denk aan Van der Hoeven van Ahold of Boonstra van Philips). Desondanks is een ondernemer van het slag Heinsbroek bereid zelf het democratische afbreukrisico te lopen dat politieke kosmopolieten als Bill Gates en Warren Buffet en bij ons de mediamieke leiders van AEX-bedrijven zorgvuldig ontwijken. Maar toch is er een grens aan geloofwaardig ondernemerspopulisme.

De grens aan geloofwaardig ondernemerspopulisme

De econoom, Robeco-man en columnist Jaap van Duijn schreef in 2007 een uitstekende analyse, ***De groei voorbij***, waarin hij een lange lijst van malaisekenmerken van de Nederlandse volkshuishouding behandelt: behoudzucht, concurrentie uit lagelonenlanden, arbeidsmarktinflexibiliteit, geringe deelname aan de arbeid, emigratie, trek uit de steden, ontgroening, gebrek aan ondernemerschap (teveel tussenlagen), (Europese) overregulering, weerzin tegen risico, export van kapitaal, toenemende inkomensongelijkheid, zwak leiderschap, verschuiving van industrie naar financiële dienstverlening en gespecialiseerde landbouw.

Ikzelf leg de nadruk op twee soorten politieke problemen: die binnen het bedrijfsleven zelf en die van buiten komen. Mijn stelling luidt dat ondernemerspopulisme een schijnoplossing biedt voor de interne problemen en dat deze schijnoplossing op den duur een formidabel extern probleem schept in de vorm van antikapitalistisch populisme dat door versleten volkspartijen als het CDA en de PvdA slechts met de grootste moeite zal kunnen worden gekanaliseerd.

Er zijn drie dringende problemen binnen Nederlandse bedrijven:
a) De verhevigde druk van internationale concurrenten. Antoine van Agtmael, de man die het begrip ***emerging markets*** uitvond, noemt 25 leidende multinationals van de toekomst: telkens vier uit Brazilië, Mexico, Zuid Korea en Taiwan, drie uit India, twee uit China, en één uit Argentinië, Chili, Maleisië en Zuid Afrika. Op het gebied van R&D zijn Nederlandse bedrijven nu al kwetsbaar. Van elke honderd euro die in onze grootse sector (de zakelijke dienstverlening) aan toegevoegde waarde wordt geschapen, gaat 25 eurocent ofwel 0,25 procent naar technische ontwikkeling. Slechts 5 procent van de omzet komt uit nieuwe of betere diensten (in de Europese achterhoede). Gevolg: vanaf 1995 is de arbeidsproduktiviteit met 4 procent gestegen, ofwel 0,3 procent per jaar. Dit wordt verhuld door de stijging van de totale arbeidsproduktiviteit tussen 1995 en 2006 van 100 naar 158.
b) De internationalisering van eigendom en macht (voorzitter van de Raad van Bestuur, leden daarvan, voorzitter en leden van de Raad voor Commissarissen). Deze internationalisering is in Nederland zeer hoog en stijgt soms dramatisch (Stork, ABN AMRO). Dit wekt de vraag op wat de nationale gerichtheid, uitstraling

en verantwoordelijkheid is van grote bedrijven in de exportsector maar ook in de binnenlandse sector (Vendex) en wat nog de greep is en kan zijn van de nationale beleidsmaker. De Haagse overheid bevordert het zachte ondernemersklimaat, bepaalde vormen van innovatie (zoals ICT, voedsel en chemie) en bekijkt de bescherming van strategische sectoren per geval. Is dat genoeg?
c) De mislukking van de Marokkaans en Turkse integratie plus de mislukking van het technisch onderwijs. Een en ander leidt tot de vorming van een onderklasse ten tijde van toenemende onvervulde vacatures. Hoe kan een onderneming profiteren van tweede en derde generatie immigranten die niet meer inpasbaar lijken anders dan via een speciale CAO en inspanning van de overheid met de sociale partners en de desbetreffende minderheden samen?

Populistische ondernemers met Berlusconi als rolmodel ontkennen deze problemen of ze opperen gemakkelijke oplossingen, doorgaans ten koste van niet-ondernemers. Maar dan roepen zij externe problemen over zichzelf af. Het hedendaagse onbehagen in zelfverrijking en uitverkoop door Nederlandse ondernemers, uitmondend in enkele late maar toch corrigerende maatregelen van het kabinet-Balkenende IV, is nog maar een begin van een potentieel onbehagen in de naaste toekomst. Ik signaleer drie bronnen hiervan:

d) De terugkeer van antikapitalisme: milieubewegingen; dierenbewegingen; idealistische nongouvernementele organisaties; SP, PvdA alsmede vakbonden in nood, zelfs kritische aandeelhouders zoals Lakeman en De Vries. Het succes van de SP in Nederland sinds 1994 en van verwante partijen zoals de Linkspartei in Duitsland is hier een vingerwijzing.
e) De ontmanteling van de neutrale en competente staat, die geen toezicht en tegenspel meer kan bieden door een doorschietende eigen marktwerking, met als gevolg enerzijds een onbillijke verdeling van politieke invloed tussen ondernemers (het kabinet voert achter de schermen enkel overleg met de grote jongens zoals Rabobank en de nieuwe winnaars zoals TomTom) en anderzijds een ondoelmatige voorziening van publieke goederen voor ondernemers, zoals povere prestaties van scholen, spoorwegen en belastinginspecteurs. Een recent voorbeeld van dit laatste is het dirigisme van de nieuwe procedures van het Ministerie van Economische Zaken voor aanbesteding van diensten en werken door de publieke sector.
f) De groei van publiek wantrouwen jegens het bedrijfsleven en zelfs van verwarring en verdeeldheid over de betekenis van de open economie en het vooruitgangsdenken voor de Nederlandse identiteit onder de massa van de bevolking buiten de kosmopolitische bovenlaag. In 2004 had slechts 16 procent van de gewone mensen geen enkel vertrouwen in het bedrijfsleven, maar dit zou dus

kunnen toenemen wanneer ondernemers hun kaart overspelen, zoals werknemers dat deden in de jaren zestig. De toegenomen volkse scepsis over de europeanisering van goederen, diensten, beroepsbevolking en buitenlandse investeringen is hier de bekendste indicator.

Het gelijk van Alexander Rinnooy Kan

De voorzitter van de SER, Rinnooy Kan (oud-ING), werkt aan een belangrijk globaliseringsadvies na zijn eerdere advies over het onderwijsbeleid. Ik steun zijn optimistische pragmatisme. Geef vorm aan de veerkracht van overleg, herzie en herneem de Nederlandse identiteit, bewaak het sociaal kapitaal en breng kwaliteitsoverwegingen in (zoals zorgzaamheid en bespreekbaarheid). Maar dit alles begint bij zuiver taalgebruik. Ondernemerschap is een onbeschermde titel en zelfs helemaal geen professie. Dat neemt niet weg dat teveel bestuurders, adviseurs en deskundigen zichzelf tegenwoordig ondernemer noemen zonder ondernemersrisico te lopen of iets nieuws te doen op eigen kosten. Ik verlang terug naar een echte en dus gezaghebbende elite in de economie: ondernemend, maatschappelijk betrokken, nieuwsgierig (soms zelfs belezen), bereid offers te brengen (zoals een generaal op het slagveld in Uruzgan), gericht op anderen, welingelicht over het internationale gebeuren, bedaard, bescheiden: zeg maar van het soort van de nog levende Fentener van Vlissingen.

De kwalen van de politieke elite zijn talrijk en bekend, die van het economisch leiderschap zijn vergelijkbaar maar onbekend. Herstel daarvan begint met pijnlijke herwaardering in eigen kring.

Jos de Beus is hoogleraar politieke theorie aan de Faculteit der Maatschappij- en Gedragswetenschappen van de Universiteit van Amsterdam.