



THEMA 2

DE MARKTWERKING EN DE ALLOCATIEVE ROL VAN DE OVERHEID

OVERZICHT THEMA 2

DE MARKTWERKING EN DE ALLOCATIEVE ROL VAN DE OVERHEID

- Prijsmechanisme in niet-competitieve markten: monopolie, oligopolie en monopolistische concurrentie
- Overheidsmaatregelen tegen marktfalen: externe effecten, asymmetrische informatie en marktmacht
- Publieke goederen



HOOFDSTUK 2: OVERHEIDSMAAATREGELEN TEGEN MARKTFALEN: EXTERNE EFFECTEN, ASYMMETRISCHE INFO EN MARKTMACHT

1. Externe effecten

a. Wat zijn externe effecten?

(zie pre-teaching en aparte slides)

b. Vrije marktwerking en optimale welvaart (klassieke economie)

c. Overheidsmaatregelen (neoklassieke economie)

- taksen, subsidies, minimum- en maximumprijzen
- welvaartsimpact



HOOFDSTUK 2: OVERHEIDSMAAATREGELEN TEGEN MARKTFALEN: EXTERNE EFFECTEN, ASYMMETRISCHE INFO EN MARKTMACHT

2. Asymmetrische info

- a. Wat is asymmetrische info?**
- b. Overheidsmaatregelen**

3. Marktmacht

- a. Wat is marktmacht?**
- b. Overheidsmaatregelen**

HOOFDSTUK 2: OVERHEIDSMAATREGELEN TEGEN MARKTFALEN: EXTERNE EFFECTEN, ASYMMETRISCHE INFO EN MARKTMACHT

4. Andere overheidsmaatregelen

- a. Verhandelbare vergunningen en patenten**
- b. Sociale en morele normen**

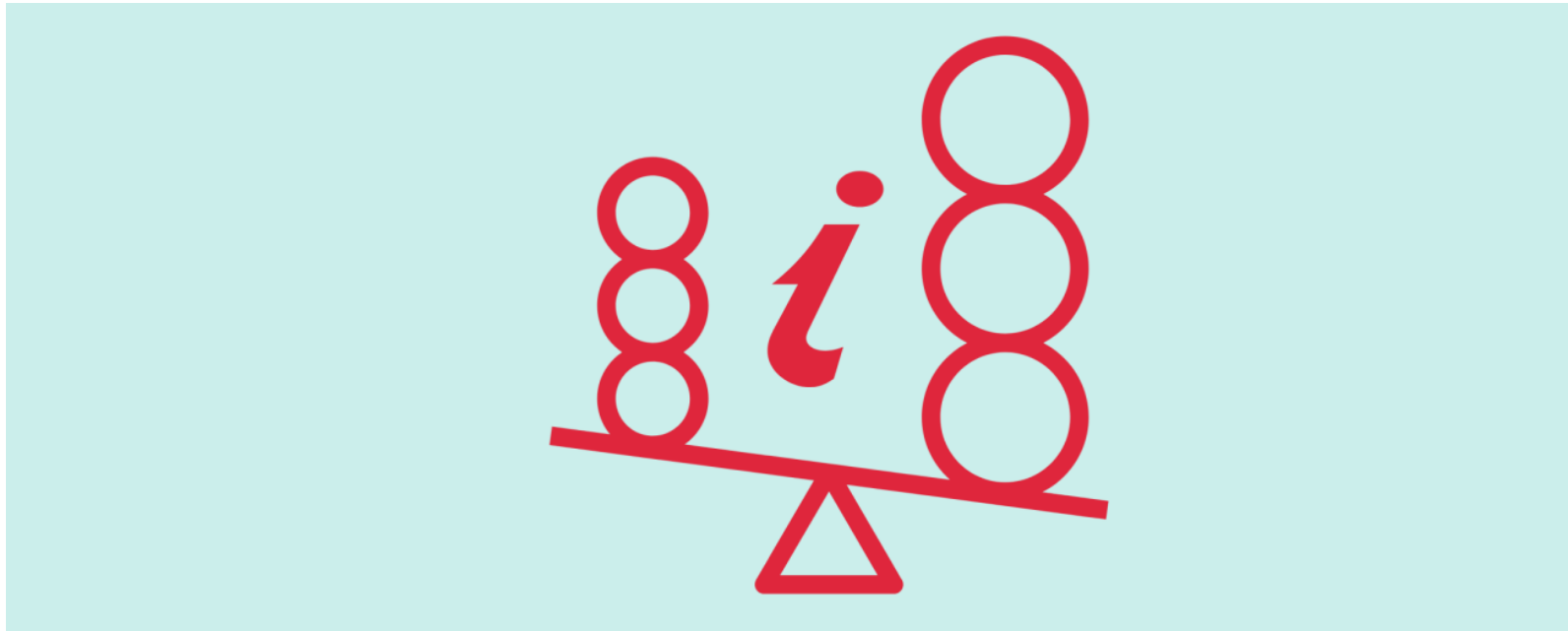
5. Cases: voorbeelden van overheidsmaatregelen op lokaal, regionaal, nationaal en Europees niveau kritisch benaderd

2. ASYMMETRISCHE INFO



2.a WAT IS ASYMMETRISCHE INFO?

Asymmetrische informatie in de economie betekent dat één partij in een economische transactie meer of betere informatie heeft dan de andere partij.



Dit verschil in informatie kan leiden tot oneerlijke of inefficiënte uitkomsten in de markt.

Er zijn twee belangrijke vormen van asymmetrische informatie:

1 Adverse selectie (ongunstige selectie):

Dit gebeurt vóóordat een transactie plaatsvindt. De partij met minder informatie weet niet of ze te maken heeft met een "goede" of "slechte" tegenpartij.

Voorbeeld: bij het afsluiten van een medische verzekering weten verzekeraars niet hoe gezond een klant écht is.

Mensen die verwachten veel zorg nodig te hebben, sluiten eerder een uitgebreide verzekering af dan gezonde mensen. Dat kan leiden tot hogere kosten voor de verzekeraar.

2 Moral hazard (moreel risico):

Dit gebeurt nádat de transactie heeft plaatsgevonden. De partij met meer informatie kan zich anders gaan gedragen, omdat de andere partij de gevolgen draagt.

Voorbeeld: iemand die een auto heeft verzekerd tegen schade, kan minder voorzichtig gaan rijden, omdat de verzekering toch betaalt bij een ongeluk.



Een voorbeeld: “The Market for Lemons”:

"The Market for Lemons" is een beroemde economische theorie van George Akerlof (die er in 2001 de Nobelprijs voor kreeg), en het is een klassiek voorbeeld van asymmetrische informatie.

Het gaat over de markt voor tweedehands auto's. In het Engels is een "lemon" een informele term voor een slechte of gebrekkige auto.

Het probleem:

Verkopers weten of hun auto een goede auto is of een "lemon" (slechte auto).

Kopers weten dit niet — zij zien alleen het uiterlijk, de prijs, enz., maar niet de kwaliteit.

Wat gebeurt er dan?

Omdat kopers het verschil tussen goede en slechte auto's niet kunnen zien



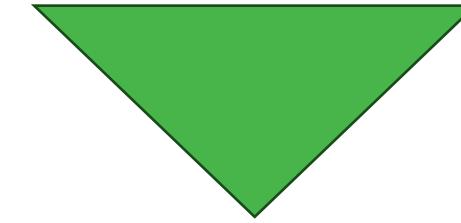
willen ze gemiddeld minder betalen (een soort gemiddelde prijs).



Maar goede auto's zijn dan ondergewaardeerd, en hun eigenaren hebben geen zin om ze te verkopen voor een lage prijs.



Gevolg: goede auto's verdwijnen uit de markt, want verkopers krijgen niet genoeg.



Alleen "lemons" blijven over — oftewel: de markt stort in of levert alleen nog slechte kwaliteit.

Voorbeelden buiten auto's?

Jazeker, dit speelt ook bij:

Verzekeringen: Mensen met hoog risico willen zich verzekeren, verzekeraars kunnen dat niet altijd goed inschatten.

Arbeidsmarkt: Werkgevers weten niet hoe goed een sollicitant echt is.

Online marktplaatsen: Je weet niet of een verkoper betrouwbaar is.

Beurs: Je weet niet of een aandeel echt de waarde heeft die is aangegeven door de koers.

2.b OVERHEIDSMAATREGELEN

De oplossing van overheidswege bestaat er vooral in om regulering te voorzien, en dit op vlak van informatievoorziening, garanties, certificeringen.

Voorbeelden:

HACCP in de voedselindustrie of CE-keurmerk voor elektronische producten.

Wat doet de overheid?

De overheid stelt standaarden op en verplicht producenten om aan te tonen dat hun product aan bepaalde veiligheidseisen voldoet.

Doel: Zorgen dat consumenten weten dat een product veilig en van goede kwaliteit is, ook al kunnen ze het zelf niet beoordelen.

Hazard Analysis
Critical Control
Points



Informatieplicht bij financiële producten

Verplichte bijsluiters bij beleggingen of hypotheke

Wat doet de overheid?

Banken en verzekeraars moeten duidelijke, begrijpelijke informatie geven over risico's, kosten en voorwaarden.

Doel: Voorkomen dat consumenten financiële producten kopen die ze niet begrijpen of die niet bij hun situatie passen.



Autokeuring

Verplichte autokeuring

Wat doet de overheid?

De overheid verplicht eigenaren om hun auto periodiek te laten keuren op veiligheid en milieu.

Doel: Zorgen dat kopers en andere weggebruikers erop kunnen vertrouwen dat auto's aan minimale eisen voldoen, ook al kennen ze de technische staat niet.



Eerstehands info over je tweedehands auto

Een **Car-Pass** is een wettelijk verplicht document dat de verkoper aan de koper moet overhandigen bij verkoop van een tweedehandsauto of -bestelwagen. Het geeft de kilometerhistoriek en de onderhoudshistoriek van het verkochte voertuig weer.

En hoe werkt dat dan?

Car-Pass is eigenlijk een gigantische database met de “identiteit” van alle in ons land geregistreerde voertuigen.

De kilometerstanden en de onderhoudshistoriek op de Car-Pass komen uit zeer diverse bronnen: garages, koetswerkherstellers, wegehulp, bandencentrales enzovoort. Zij zijn wettelijk verplicht om de actuele kilometerstand en de beschrijving van de **uitgevoerde werken** door te geven aan de Car-Pass, wanneer ze werken aan het voertuig. Ook wanneer een auto of bestelwagen naar de **technische controle** gaat, delen de keuringscentra de tellerstand mee aan Car-Pass.

De autoconstructeurs zijn verplicht om viermaal per jaar een **tellerstand** van hun in België ingeschreven aan Car-Pass mee te delen.

Er bestaat in geen enkel ander Europees land een soortgelijke wettelijke verplichting.



Die tellerstanden en uitgevoerde werken wordt per chassisnummer opgeslagen in onze databank. Elk voertuig bouwt zo een kilometer- en onderhoudshistoriek op.

3. MARKTMACHT

**Europese Commissie
beboet Meta voor
honderden miljoenen voor
inbreuken op digitale
regels**

**Miljoenenboete voor
autofabrikanten vanwege
kartelvorming**

3.a WAT IS MARKTMACHT?

Marktmacht of misbruik van een dominante positie doet zich voor wanneer een dominante onderneming of een dominante groep ondernemingen zich schuldig maakt aan concurrentiebeperkende handelingen, waardoor de concurrentie op een markt zal worden verhinderd of verminderd.

Voorbeelden die we reeds bespraken: monopolies en oligopolies.
In deze laatste markt komen kartels voor.

Een kartelafsprake is een afspraak tussen ondernemingen die de concurrentie tegenhoudt. Dit gebeurt meestal op vlak van de prijs. Door kartelvorming doen bedrijven niet meer hun best om een zo goed mogelijk product aan te bieden voor een eerlijke prijs. Kartelvorming benadeelt consumenten en eerlijke concurrenten.

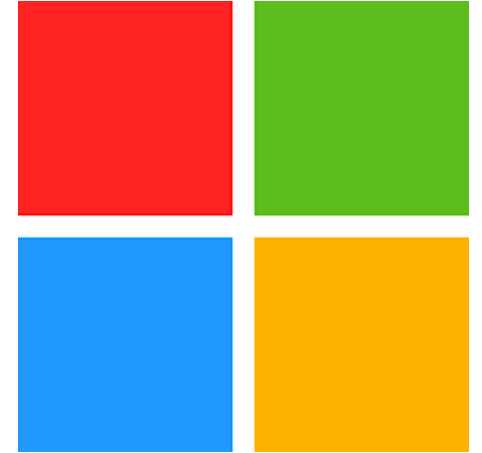
In een monopolistische concurrentie is de marktmacht beperkt.

Voorbeelden:

Microsoft

Wat gebeurde er?

Microsoft bundelde zijn webbrowser (Internet Explorer) met Windows, waardoor andere browsers zoals Netscape nauwelijks kans kregen.



Google (Alphabet Inc)

Wat gebeurde er?

Google zou zijn eigen diensten (zoals Google Shopping of Google Maps) een voorkeurspositie geven in de zoekresultaten, ten koste van concurrenten.

Proximus

Wat gebeurde er?

Proximus (vroeger Belgacom) werd in het verleden beschuldigd van het belemmeren van concurrentie op de breedbandmarkt.

Ze zouden onredelijk lage wholesaleprijzen hanteren voor internettoegang, waardoor alternatieve aanbieders nauwelijks winst konden maken.



NS (Nederlandse Spoorwegen)

Wat gebeurde er?

De NS werd beschuldigd van misbruik van haar dominante positie bij het aanbesteden van het openbaar vervoer in Limburg. Ze zouden onder de kostprijs hebben geboden en concurrenten op oneerlijke wijze hebben benadeeld via dochterbedrijven.

Kartel verzorgingsproducten

Wat gebeurde er?

Supermarktbedrijven en producenten van verzorgingsproducten hebben een kartel gevormd om de prijzen hoog te houden en regelmatig zelfs te verhogen. Maar liefst 18 firma's deden daaraan mee.

Ze konden jarenlang ongestoord hun gang gaan, tot Colgate-Palmolive uit de biecht sprak en de concurrentiewaakhond inlichtte. Als beloning krijgt deze klokkenluider geen boete opgelegd.



Kartel vrachtwagens

Wat gebeurde er?

MAN, Volvo/Renault, Daimler, Iveco en DAF zijn samen goed voor ongeveer negen van elke tien middelzware en zware vrachtwagens die in Europa gebouwd worden. De Commissie stelde vast dat deze fabrikanten voor de hele Europese markt illegale afspraken hebben gemaakt over prijsstijgingen, de timing voor de invoering van nieuwe uitstoottechnologie en het doorrekenen van die kosten naar klanten. MAN onthulde het bestaan van het kartel en ontsnapt aan een boete.



3.b OVERHEIDSMAATREGELEN

Zowel de Belgische overheid als de Europese Unie hebben krachtige mechanismen om marktdominantie en misbruik van marktmacht aan te pakken.

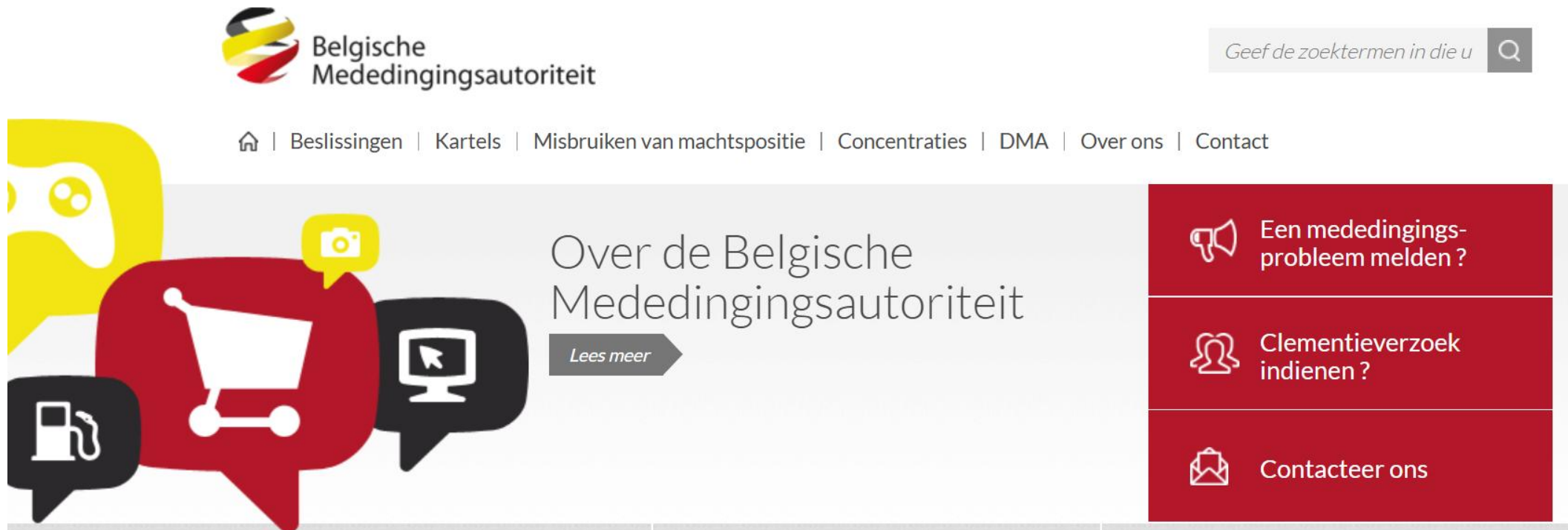
In België: via de Belgische Mededingingsautoriteit (BMA)

Wat doet de BMA?

- De Belgische Mededingingsautoriteit is verantwoordelijk voor:
- Opsporen en bestraffen van kartels (afspraken tussen bedrijven)
 - Aanpakken van misbruik van dominante positie
 - Toezicht op fusies en overnames die de concurrentie kunnen beperken.

Hoe bestrijden ze misbruik van marktmacht?

- Onderzoeken opstarten naar klachten of signalen van misbruik
- Boetes opleggen tot 10% van de wereldwijde omzet van een onderneming
- Gedragsverplichtingen opleggen (bv. verplicht toegang geven aan concurrenten)
- Fusies blokkeren of alleen toestaan onder voorwaarden



The screenshot shows the homepage of the Belgische Mededingingsautoriteit. At the top left is the logo, which consists of a stylized 'S' in the colors of the Belgian flag (black, yellow, and red) next to the text 'Belgische Mededingingsautoriteit'. To the right of the logo is a search bar with the placeholder text 'Geef de zoektermen in die u' and a magnifying glass icon. Below the logo and search bar is a horizontal navigation menu with links: 'Beslissingen', 'Kartels', 'Misbruiken van machtspositie', 'Concentraties', 'DMA', 'Over ons', and 'Contact'. The main content area features a large graphic on the left with speech bubbles containing icons for a game controller, a shopping cart, a camera, and a computer monitor. To the right of this graphic is the text 'Over de Belgische Mededingingsautoriteit' with a 'Lees meer' button. On the far right, there is a vertical sidebar with three red buttons: 'Een mededingingsprobleem melden?', 'Clementieverzoek indienen?', and 'Contacteer ons', each with a corresponding icon (megaphone, two people, and an envelope).

Belgische Mededingingsautoriteit

Geef de zoektermen in die u

🏠 | Beslissingen | Kartels | Misbruiken van machtspositie | Concentraties | DMA | Over ons | Contact

Over de Belgische Mededingingsautoriteit

Lees meer

Een mededingingsprobleem melden ?

Clementieverzoek indienen ?

Contacteer ons

In Europa: via de Europese Commissie

Wat doet de EU?

De Directoraat-Generaal Concurrentie (DG COMP) van de Europese Commissie bewaakt de concurrentieregels in de hele EU.



🌐 EN

🔍 Search

[Home](#) [About us](#) [Our priorities](#) [News and media](#) [Topics](#) [Resources](#) [Europe and you](#)

[Home](#) > [About](#) > [Departments and executive agencies](#) > [Competition](#)

DIRECTORATE-GENERAL | COMP

Competition

This Commission department is responsible for EU policy on competition and for enforcing EU competition rules, in cooperation with national competition authorities.

Hoe pakt de EU marktmacht aan?

- Grote onderzoeken bij multinationals (zoals Google, Amazon, Apple)
- Miljardenboetes voor overtredingen
- Verplichtingen opleggen zoals het splitsen van diensten of aanpassing van algoritmes
- Nieuwe wetten, zoals de Digital Markets Act (DMA) – gericht op Big Tech

Samenwerking België – EU

De BMA en de Europese Commissie werken nauw samen: ze delen informatie, ze coördineren onderzoeken.

