



Consument wil niet aan euro wennen

Auteur(s):

Warnaar, M.

De auteur is senior wetenschappelijk medewerker bij het Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (nibud). Met dank aan Age Bakker en Marijke van Ewijk voor hun commentaar.

Mwarnaar@nibud.nl

Verschenen in:

ESB, 87e jaargang, nr. 4390, pagina 932, 20 december 2002

Rubriek:

Monitor

Trefwoord(en):

euro

Een jaar na invoering moet de consument nog steeds wennen aan de euro. Door de euro missen velen het referentiekader om te bepalen of iets duur of goedkoop is. Dit leidt in sommige gevallen tot schulden.

In januari 2002 is de chartale euro ingevoerd. In alle landen die meedoen met de euro kon na een overgangperiode alleen nog met euromunten en eurobankbiljetten betaald worden. Dat betekende dat de consument moest wennen aan nieuwe munten en bankbiljetten, maar ook aan een nieuwe rekeneenheid. Vanaf juli 2001 waren vrijwel alle producten al dubbel geprijsd, dat wil zeggen in euro's en in gulden, maar vanaf januari 2002 verdwenen langzaam maar zeker de guldenprijzen uit het zicht van de consument.

De logistieke invoering van de euro is vrijwel probleemloos verlopen, maar hoe zit het met de psychologische invoering van de euro bij de consument? Vergelijken mensen de prijzen in euro's of wordt er mentaal nog steeds omgerekend? Kan de invoering van de euro tot gevolg hebben gehad dat mensen in de schulden zijn geraakt?

Onderzoek

Het nibud heeft in drie perioden een onderzoek gehouden naar de beleving van de euro onder consumenten: in januari, in maart en in augustus. Voor de Nederlandse Vereniging van Volkskrediet (nvvk) is nader geanalyseerd of de schuldenproblematiek is gegroeid door de invoering van de euro.

Overbesteding door euro

De Greef definieert vier oorzaken van een problematische schuldsituatie: compensatieschulden, aanpassingsschulden, overlevingsschulden en overbestedingsschulden¹. Van al deze oorzaken is nagegaan in hoeverre de invoering van de euro een rol heeft gespeeld bij een toename van het aantal personen dat in de schulden terecht is gekomen.

Bij twee typen schulden heeft de euro nauwelijks een rol gespeeld. Compensatieschulden worden gemaakt door mensen met meervoudige problemen, waarbij geldbesteding een uitlaatklep voor die problemen is. In theorie kan de euro leiden tot een groter gevoel van verwarring en wellicht daardoor tot iets meer compensatieschulden, maar harde aanwijzingen hiervoor zijn er niet.

Aanpassingsschulden zijn schulden die het gevolg zijn van aanpassingsproblemen bij inkomensachteruitgang of onvoorziene uitgaven. Voorbeelden van een dergelijke situatie zijn werkloosheid, arbeidsongeschiktheid of een echtscheiding. De vertraagde groei van de economie en de val van de aandelenbeurzen heeft bij meer huishoudens dan in 2001 geleid tot een lager inkomen. Waarschijnlijk heeft dit geleid tot een toename van aanpassingsschulden, maar de invoering van de euro speelt daar geen rol in.

Overlevingsschulden

Een derde type schulden zijn overlevingsschulden. Overlevingsschulden ontstaan wanneer het inkomen van een huishouden niet toereikend is om de noodzakelijke uitgaven te kunnen bekostigen. Overlevingsschulden kunnen ontstaan wanneer groepen met een laag inkomen te maken krijgen met een dalende koopkracht. De invoering van de euro heeft echter geen dalende koopkracht tot gevolg gehad. De bijstandsnorm voor echtparen is ten opzichte van 2001 met 4,35 procent gestegen. De consumentenprijsindex (cpi) van het cbs is in de periode van augustus 2001 tot augustus 2002 met 3,3 procent gestegen. De Nederlandsche Bank schatte in augustus het effect van de euro op de inflatie over het eerste half jaar van 2002 op 0,6 procent van de cpi en op 1,4 procent in termen van detailhandelsprijzen.

In 2002 is de koopkracht op papier voor de laagste inkomens gestegen. Een koopkrachtdaling door de euro kan dus niet de oorzaak zijn van financiële problemen, simpelweg omdat de euro geen koopkrachtdaling tot gevolg heeft gehad.

Toch zijn er groepen consumenten in de problemen geraakt door de euro. Als het niet aan koopkrachtdaling ligt, is het de vraag waar het wel aan ligt. Hier speelt de invoering van de euro wel een rol. Het uitgavenpatroon van veel consumenten blijkt sindsdien gewijzigd te

zijn, zodat ze met overbestedingsschulden te maken krijgen.

Overbestedingsschulden

Overbestedingsschulden ontstaan wanneer huishoudens structureel meer uitgeven dan er aan inkomen binnenkomt, niet alleen aan noodzakelijke producten, maar ook aan niet-noodzakelijke producten. Als die overbesteding structureel is, kunnen er problematische schulden ontstaan. Het nibud-onderzoek toont aan dat de invoering van de euro inderdaad heeft geleid tot overbesteding en dus tot schulden.

Consumenten zijn meer gaan uitgeven omdat de prijzen in euro's lager lijken. In de peiling van augustus gaf 85 procent aan meer te hebben uitgegeven dan het jaar ervoor. Dit was ongeveer gelijk aan de peiling van eind maart, maar beduidend hoger dan in januari.

Een enkeling denkt al in euro's...

Een van de oorzaken waardoor mensen meer zijn gaan uitgeven is geldillusie. Dat geldillusie bestaat blijkt uit economische experimenten en empirisch onderzoek ². Mensen hebben moeite om door de geldsluier van een nieuwe rekeneenheid heen te kijken.

Door de invoering van de euro blijkt dat consumenten het lastig vinden om in te schatten of een bepaalde prijs in euro's hoog of laag is voor een aankoop.

In de drie enquêtes is gevraagd of men in euro's of guldens dacht om te bepalen of men iets duur of goedkoop vond. Meer dan een half jaar na de introductie van de euro gebruikt de overgrote meerderheid de gulden nog als rekeneenheid. In augustus dacht zestien procent van de consumenten direct in euro's. Maar liefst 84 procent van de mensen rekende dus nog in guldens.

Uit het onderzoek komt naar voren dat jongeren, hoger opgeleiden en mannen meer in euro's denken dan anderen. Onder jongeren onder de twintig denkt 29 procent in euro's, terwijl dat bij ouderen boven de zestig op acht procent ligt. Meer mannen dan vrouwen denken in euro's (21 versus 12 procent). Ook opleiding doet ertoe: hoger opgeleiden zijn al meer vertrouwd met de euro dan lager opgeleiden (20 versus 13 procent).

...maar velen niet (goed)

Sommigen denken al volledig in euro's, maar de meerderheid gebruikt de gulden liever als referentiekader. Dit gaat gepaard met problemen, blijkt uit het onderzoek.

In de eerste plaats wordt er - al dan niet bewust - verkeerd omgerekend, door bijvoorbeeld de prijs in euros met twee te vermenigvuldigen. Daardoor lijkt de prijs in guldens lager en de aanbieding aantrekkelijker.

Ten tweede wordt er soms niet omgerekend, bijvoorbeeld omdat dit ondoenlijk is. Het is begrijpelijk dat men niet bij elke aankoopbeslissing tijdens een supermarktbezoek omrekent. Wanneer een product vroeger te duur was, gingen er 'alarmbellen' af. Wanneer mensen niet volledig denken in euro's en ook niet omrekenen, missen ze het referentiekader om een goede aankoopbeslissing te nemen. Daarnaast is psychologisch prijzen iets van alle tijden, maar juist nu valt op dat bij veel prijsuitingen alleen een getal staat en geen euroteken. Ook hierdoor zijn consumenten minder geneigd om te rekenen.

Daardoor koopt men duurdere artikelen dan men in 2001 zou hebben gekocht. Een groot aantal respondenten meldde dat zij spijt kregen van bepaalde aankopen, toen ze achteraf de guldenprijs er van uitrekenden. Dit werd voornamelijk gemeld bij impulsaankopen als kleding en horecauitgaven.

Ervaringsinflatie

Dit alles heeft tot gevolg gehad dat huishoudens in 2002 meer zijn gaan uitgeven. De consumptie ligt volgens het cbs dit jaar circa vijf procent hoger dan vorig jaar. In de enquêtes meldde 85 procent van de respondenten dit jaar meer uit te geven dan vorig jaar.

Dat komt niet zozeer door de hogere prijzen, maar doordat men duurdere artikelen koopt. Wanneer de artikelen geprijsd zouden zijn in guldens, zou men deze nooit gekocht hebben.

Een gevolg hiervan is dat veel mensen denken dat de prijzen sterk gestegen zijn door de invoering van de euro. In het nibud-onderzoek zegt maar liefst 85 procent van de respondenten dat de prijzen sterk gestegen zijn. Regelmatig werd beweerd dat winkeliers alleen het guldenteken hadden vervangen door het euroteken. Veel genoemde producten die duurder zijn geworden, waren de horeca, kleding en bloemen. Dit bevestigt eerder onderzoek van de Nederlandsche Bank. Hieruit bleek dat de door consumenten gepercipieerde inflatie in het eerste halfjaar van 2002 met een percentage van 7,3 procent ruim twee maal zo hoog is als de feitelijke inflatie ³.

Psychologische factoren

De koopkracht is feitelijk niet gedaald, maar hoe komt het dan dat mensen denken dat dat wel zo is? Op de eerste plaats zijn uitgaven die je letterlijk in je portemonnee voelt, sterker in prijs gestegen dan kosten die vaak automatisch - en dus ongemerkt - betaald worden. Zo zijn producten in de horeca flink duurder geworden met een gemiddelde stijging van ruim zes procent. Ook was in de eerste maanden van het jaar de prijsstijging van voeding en alcoholvrije dranken sterk (vijf tot acht procent). Vaste lasten, die meestal niet via het chartale betalingsverkeer verlopen, zoals de huur en vervoerskosten zijn het afgelopen jaar veel minder in prijs gestegen (respectievelijk 2,9 en 2,1 procent).

Op de tweede plaats vallen prijsstijgingen over het algemeen eerder op dan netto-loonstijgingen en prijsdalingen. Het automatisme waarmee men prijzen in de winkel vergelijkt en afzet tegen een referentiebedrag, is door de komst van de euro verdwenen. Men moet leren om een nieuw referentiekader op te bouwen, zodat het automatisme terugkomt. Dit kan vergeleken worden met het leren van een vreemde taal. In het begin van het leerproces wordt gezocht naar equivalente woorden en constructies in de eigen taal. Pas na verloop van tijd en veel gebruik wordt ook die vreemde taal een automatisme. Het steeds blijven vertalen naar de eigen taal levert op den duur geen vooruitgang meer op.

Problemen

De consument heeft dus moeite met de euro omdat men niet omrekenet of vergissingen maakt in het omrekenen. Hierdoor missen consumenten het referentiekader dat ze nodig hebben om te bepalen of iets duur of goedkoop is. Een deel van de consumenten komt in de problemen door overbestedingschulden. Uit het onderzoek blijken er verschillende patronen te zijn waarop mensen op deze problemen reageren.

Als eerste is er een groep die problemen heeft gehad en inmiddels de oorzaak heeft herkend en maatregelen heeft genomen. Deze huishoudens geven aan nu beter op de prijzen te letten, hebben hun uitgavenpatroon aangepast of kopen nu in goedkopere winkels. Deze groep betreft vijf procent van de huishoudens boven modaal en ongeveer zeven procent van de huishoudens beneden modaal.

Ten tweede is er een groep die alleen symptomen benoemt, maar niet de effecten daarvan op hun persoonlijke situatie onderkent. Dit is een groep die 'aan het eind van zijn salaris nog een stuk maand over houdt'. Ongeveer acht procent van de huishoudens boven modaal geeft dit aan alsmede ongeveer zestien procent van de huishoudens beneden modaal. Deze groep geeft aan nog geen problemen te hebben. Wel loopt zij een risico, omdat de oorzaak van de situatie niet expliciet wordt erkend.

In totaal heeft ruim vijftien procent van de huishoudens met een inkomen beneden modaal te maken met financiële problemen ([tabel 1](#)). Problemen die ontstaan zijn door andere oorzaken (zoals de aanpassingsschulden) zijn hier niet meegenomen. Er is een onderscheid gemaakt tussen niet-risicovolle en risicovolle financiële consequenties. Van acht procent zijn die problemen risicovol, in die zin dat er een schuld wordt opgebouwd. Ongerekend zijn dat ongeveer 185.000 huishoudens. De belangrijkste manier waarop dat gebeurt is via de roodstand op de bank- of girorekening. Dat is een aanwijzing dat het gaat om onbewust gemaakte schulden.

Tabel 1. Financiële consequenties van de invoering van de euro volgens consumenten, per risicoprofiel in procenten

	Boven Modaal	beneden modaal
niet-risicovol	6,5	7,2
minder geld voor leuke dingen	3,0	4,0
minder sparen	1,7	0,8
minder geld op lopende rekening	0,2	0,5
spaargeld aanspreken	1,6	1,9
risicovol	4,1	8,0
rekeningen laten liggen	0,2	0,7
voor het eerst rood gaan staan	1,0	2,1
meer/vaker/eerder rood gaan staan	2,6	4,3
een lening afsluiten	0,3	0,5
chronische geldproblemen	0,0	0,4

Bron: Financiële problemen door de invoering van de euro, nibud/nvkv, 2002.

Referentiekader

Omrekenen naar guldenprijzen was net na de invoering van de chartale euro een handig middel om nog enig referentiekader voor prijzen van artikelen te hebben. Het wennen aan de euro gaat gepaard met problemen. In principe is dit van voorbijgaande aard. Wanneer men volledig denkt in euro's, zullen vergissingen niet meer gemaakt worden en zullen deze problemen niet meer optreden. Daarom is het zorgwekkend dat het denken in euro's gedurende de afgelopen maanden slechts mondjesmaat is toegenomen.

Naast de beperkte opmars van mensen die in euro's denken, zijn er bovendien meer mensen pessimistisch geworden in hun verwachting van het tijdstip dat ze volledig mentaal zijn overgeschakeld op de euro ([tabel 2](#)). Het percentage dat nooit op de euro zegt over te schakelen is gegroeid van 12 procent in maart tot 21 procent in augustus.

Tabel 2. Moment waarop consumenten verwachten in euro's te denken, in procenten

	augustus 2002	maart 2002
doe ik al	7	5
binnenkort	8	9
dit jaar nog	13	28
volgend jaar of later	51	45
nooit	21	12

Bron: Financiële problemen door de invoering van de euro, nibud/nvkv, 2002.

Ook dit kan met het leren van een taal vergeleken worden. Een taal kan het beste geleerd worden door er helemaal in ondergedompeld te worden en niet door het te leren uit een woordenboek. Consumenten zullen pas aan de euro wennen als ze de gulden helemaal loslaten. Dat is echter nog lang niet zo. De benzineprijs kennen de meeste consumenten wel in euro's, maar ongeveer de helft van de mensen kent zijn eigen salaris in euro's nog niet eens.

Hoe leren consumenten die in de problemen zijn gekomen hun referentiekader aan te passen? Ten eerste is het verstandig voor consumenten om inkomsten en uitgaven in kaart te brengen. Zo leert men de europrijzen kennen.

Ten tweede hebben financieel kwetsbare groepen extra voorlichting nodig. In sommige gemeenten worden preventief cursussen omgaan met geld en de euro aangeboden aan kwetsbare groepen.

Wat we waarschijnlijk ook missen is de dagelijkse tv-onderdompeling in wat normale prijzen zijn. Alles pleit voor een terugkeer van Hans Kazan's Prijzenslag

1 M.H.G. de Greef, Het oplossen van problematische schulden; een analyse van de invloed van hulpverlening, interorganisationele samenwerking en huishoudkenmerken op de effectiviteit van schuldregelingen, Rijksuniversiteit Groningen, 1992.

2 Zie bijvoorbeeld M.M.G. Fase, [Muntillusie](#), ESB, 24 mei 2002, blz. 410-411.

3 C.K. Folkertsma, C. van Renselaar en A.C.J. Stokman, Wennen aan de euro, De Nederlandsche Bank, Amsterdam, 2002.