



De euro: een riks of een daalder?

Auteur(s):

Bergeijk, P. van
Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) en ocfb.
P.A.G.vanBergeijk@minez.nl

Verschenen in:

ESB, 87e jaargang, nr. 4374, pagina 639, 13 september 2002

Rubriek:

Prikkel

Trefwoord(en):

Introspectie is een slechte raadgever in de economische analyse. Die analytische bijsluiter is in dit geval bijzonder relevant, omdat het volgens een recent dnb-onderzoek vooral vroege veertigers zijn die veel moeite hebben met de introductie van de euro¹. Toch zijn er persoonlijke waarnemingen die kunnen helpen verklaren waarom de gevoelsinflatie van deze vroege veertiger zoveel hoger ligt dan de 1,7 procent die kleine ondernemingen gemiddeld in hun prijzen zeggen te hebben doorberekend in reactie op de gemaakte kosten voor de introductie van de euro.

Het blijft verbazingwekkend: toen ik drie jaar geleden naar Zwitserland verhuisde, rekende en wisselde ik na een maand probleemloos in Franken en rappen en maakte ik nauwelijks fouten tussen goedkoop en duur. De euro is er nu echter acht maanden en net als de helft van de bevolking geef ik onbedoeld meer uit, moet ik net als zeventig procent van de vaderlanders europrijzen terugrekenen naar gulden om te kunnen zien of iets duur is en hoor ik tenslotte tot het driekwart van Nederland wier gevoel zegt dat de inflatie veel hoger is dan de door het cbs gemeten percentage van 3,6 procent. Sommigen beweren wel dat de aversie tegen de euro verklaart waarom consumenten moeite met het nieuwe geld hebben, maar gezien het enthousiasme rond de introductie vind ik dat moeilijk te geloven. Het lijkt er eerder op dat de introductie van nieuw geld in een vertrouwde omgeving tot meer en langduriger cognitieve dissonantie leidt dan de cultuurschok van ander geld in een vreemde omgeving. Dat zelfs een rationele, koel calculerende econoom aan geldillusie kan leiden is ontvondend².

Blijkbaar is het gemakkelijker te wennen aan een volkomen onbekende (naar prijs en verkooppunt onderscheiden) prijsstructuur dan om te leren waar en hoe een min of meer bekende relatieve prijsstructuur verandert nadat een nieuwe numéraire is geïntroduceerd. Waarschijnlijk geeft zo'n relatief bekende omgeving minder aanleiding mentale energie te investeren in zoekactiviteit. Of misschien is het herevalueren van een relatieve prijsstructuur voor veel mensen gewoonweg te moeilijk (één op de acht Nederlanders denkt dat de prijzen helemaal niet veranderd zijn). Daar komt bij dat het beslissingsproces blijkbaar deels mentaal geautomatiseerd is. Daardoor speelt het geheugen soms een spelletje met de rationele consument en wordt de aankoopbeslissing genomen alsof het prijskaartje in gulden luidt. Daarbij is tevens van belang dat de natuurlijke en vertrouwde signalen dat iets (relatief) duur is opeens veel minder zuiver zijn geworden. Het omslagpunt tussen muntgeld en bankbiljetten ligt in dezelfde orde van grootte, maar vijf euro is wel tien procent meer dan tien gulden. En dit geldt vanzelfsprekend ook voor de grotere coupures: met vijftig betalen en vijf euro terug krijgen voelt in ieder geval heel anders dan met honderd gulden betalen.

In economische termen is er door de introductie van de euro derhalve sprake van een verschuiving van de vraagcurve voor dagelijkse uitgaven zoals kleding, voeding en de horeca (bij dezelfde prijs wordt meer gekocht) en ook neemt de helling van die curve waarschijnlijk toe (de directe en kruislingse prijselasticiteiten nemen af). Ongeacht de marktcondities stijgen dan de prijzen. Vanuit de theorie is dit verhaal beter te rijmen dan de doorberekening van een eenmalig en van het transactievolumen in essentie onafhankelijk kostenbedrag. Maar hoe komt het dat de gevoelsinflatie zoveel hoger is dan volgens de statistieken?

Het officiële inflatiecijfer wordt berekend voor een vast bestedingspakket van een gemiddelde consument. De aandelen van de bestedingscategorieën krijgen een ander gewicht doordat de vraagcurve verschuift. De producten die relatief sterk in prijs stijgen, zijn ondervetegenwoordigd en het officiële inflatiecijfer onderschat daarmee waarschijnlijk de feitelijke inflatie. Belangrijker is dat de individuele inflatieperceptie vooral bepaald wordt door het eigen bestedingspakket. Het kunnen evalueren en wegen van alle prijzen is weinigen gegeven. Maar op de kosten van de gemiddelde boodschappen heeft iedereen behoorlijk zicht. Wie op het eind van de maand merkt dat het huishoudgeld op is, maar onvoldoende doorheeft dat euro's sneller rollen dan gulden, komt al gauw tot de conclusie dat zijn koopkracht is gedaald. De inflatie moet dus wel zijn toegenomen. Het voelt bovendien fors indien de gepercipieerde koopkrachtdaling niet tegen het hele consumptiepakket wordt uitgezet maar tegen het veel kleinere bedrag voor de dagelijkse boodschappen.

Kunnen we voorkomen dat die deprimerende subjectieve euroduurte toe blijft slaan? Reken ruimer om tegen een hogere koers en door de terugschuivende vraagcurve komt alles weer in orde. Om de burger te helpen zetten we de gulden denominatie op de nationale zijde. De euro als riks, de vijftig eurocent munt als daalder. Zo wordt het eurodubbeltje toch nog een kwartje

2 Zie ook: P.A.G. van Bergeijk, [Een illusie rijker?](#), ESB, 7 december 2001, blz. 939.

Copyright © 2002 - 2003 Economisch Statistische Berichten (www.economie.nl)