

“Niks ‘eigen bollen eerst!’”

Allereerst een gelukkig nieuwjaar toegewenst!
“Bedankt, ook de beste wensen voor de ESB-redactie in 2017!”

Nog olieballen gegeten rond de jaarwisseling?
“Nee, ik houd daar niet van. Mijn laatste oliebol was in de vorige eeuw.”

Maar u heeft wel naar olieballen gekeken.
“Olieballen zijn fascinerend. We nemen in Nederland olieballen en de kwaliteit daarvan redelijk serieus en varen blind op de smaakpanelen van het AD. Bij de best scorende olieballenbakkers van Nederland staan soms dranghekken om de klantenstroom in goede banen te leiden, terwijl een slechte score (‘prima geschikt om een fietsketting mee te smeren’) aanleiding kan zijn voor een gang naar de rechter. Dan wil je toch weten, ook als niet-liefhebber, wat nou een goede oliebol is.”

Gelukkig bent u econometrist.

“Ja, en vrij sceptisch van aard. Uit de economische literatuur over peer voting weten we dat panels vaak erg subjectief zijn (Spierdijk en Vellekoop, 2009). Er spelen veel factoren een rol die niets met de kwaliteit van het product te maken hebben. Daar werd het AD ook mee geconfronteerd. Het testpanel van de Rotterdamse krant zou onbewust positiever oordelen over Zuid-Hollandse of Randstedelijke bollen. ‘Eigen bollen eerst.’

Ik heb onderzocht of het cijfer voor de oliebol van het testpanel samenhangt met eigenschappen van de oliebol en van de olieballenbakker. Hiervoor heb ik de volledige gegevens van de olieballentest 2016 van het internet gehaald met een scriptje. Van iedere van de 160 geteste olieballen weet ik het cijfer, het gewicht, het vetpercentage en de prijs per stuk. Van iedere olieballenbakker weet ik of hij in een kraam of een bakkerij bakt, waar hij gevestigd is en of hij korting geeft bij aankoop van meerdere olieballen. Ik heb de olieballen aan de hand van de gegeven cijfers ingedeeld in de categorieën top, goed, voldoende, onvoldoende, slecht en oneetbaar en een *proportional-odds logistic model* geschat.”



LAURA SPIERDIJK
Hoogleraar econometrics of pensions,
insurance and finance aan de
Rijksuniversiteit Groningen.

Werden de Rotterdamse olieballen inderdaad voorgetrokken?

“Bollen uit Zuid-Holland of uit de Randstad worden niet significant lekkerder gevonden dan bollen uit de provincie. Niks ‘eigen bollen eerst!’ dus! Hoewel... Zuid-Hollandse bollen zijn zwaar oververtegenwoordigd in de steekproef en uit de econometrische literatuur weten we dat dit tot een vertekend beeld kan leiden. Wanneer de onderzochte bollen buiten Zuid-Holland toevallig de wat lekkerdere bollen zijn, kan het lijken alsof de Zuid-Hollandse bollen niet significant lekkerder zijn dan elders in het land, terwijl dit dan komt doordat de provinciale bollen selectief gekozen zijn. Maar dit scenario is onwaarschijnlijk.”

Verder nog iets geleerd van de analyse?

“Hoe vetter de bol, hoe hoger het cijfer! Waarschijnlijk leidt een hoger vetpercentage tot een smeugere en minder droge bol, wat het veteffect verklaart. En, hoe groter de bol, hoe beter het cijfer! Er is dus ook een significant gewichtseffect. De overige factoren lijken niet relevant: soort verkooppunt, prijs van de bol en korting bij aankoop van meerdere bollen hebben geen significant effect op het cijfer. De econometrische analyse zegt echter niet alles over het verkoop-succes. De factoren die er voor het blind proevende panel niet toe deden – soort verkooppunt, prijs van de bol – waren voor hen ook niet zichtbaar. Voor olieballenkopers zijn die juist zeer zichtbaar. Tot slot kwam uit de kwalitatieve analyse in het AD naar voren dat een olieballenbakker maar beter geen oliebol met poespas kan bakken. Olieballenbakkers die voor een hoog cijfer gaan, moeten gewoon een grote, vette en een beetje saai bol bakken.”

LITERATUUR

Spierdijk, L. en M. Vellekoop (2009) The structure of bias in peer voting systems: lessons from the Eurovision Song Contest. *Empirical Economics*, 36(2), 403–425.

Colofon

Economisch Statistische Berichten (ESB) signaleert nieuwe ontwikkelingen in de economische wetenschap. Daarnaast worden in ESB economische inzichten toegepast om beleidsrelevante aanbevelingen te doen voor de overheid, maatschappelijke instellingen en bedrijven. Ook analyseert ESB de belangrijkste ontwikkelingen in de Nederlandse economie. Artikelen in ESB verschijnen op persoonlijke titel.

Redactie
Hoofdredacteur: Jasper Lukkeze
Eindredacteur: Joyce Delnoij
Redacteur: Ruben van Oosten, Paul Metzmakers
Redactiemedewerkers: Gertjan Dordmond, Matthijs Hut
Tekstredactie: De Twee Hanen v.o.f.

Vormgeving: Jacques van Schie
Uitgever: Mildred Hutten

Commissie van redactie
H.G. van Dissel (voorzitter), P.H.B.F. Franses, E. de Jong, H.J. de Jong, A.C. Meijdam, J. Plantenga, P. Vergauwen en W.F.C. Verschoor

Rechten
ESB is een uitgave van FD Mediagroep. De Koninklijke Vereniging voor de Staatshuishoudkunde is houder van de merknaam ESB. Foto's: iStock / Lekkyjustdoit, Redlinevector, .human, bodnarchuk, kmatija, baramee2554, AtnoYdur, Strip Van Zanten: Roger Klaassen

Publiceren
Aanwijzingen voor het aanleveren van kopij vindt u op www.esb.nu/service/publiceren.

Abonneren
U kunt een abonnement direct online afsluiten. Ga hiervoor naar www.esb.nu/service/abonneren.

Adverteren
Neem contact op met Jeannette van Zeijst, 020 592 86 35, jeannette.van.zeijst@fdmediagroep.nl

Contact
Telefoon redactie: 020 592 87 77
Email redactie: redactie@esb.nu
Telefoon klantenservice: 0800 333 33 34
Email klantenservice: klantenservice@esb.nu

Postadres: Postbus 216, 1000 AE Amsterdam
Bezoekadres: Prins Bernhardplein 173,
1097 BL Amsterdam
Webadres: www.esb.nu
ISSN: 0013-0583



Verschijningsdata ESB
9 feb., 9 mrt., 13 apr., 11 mei, 15 jun., 13 jul.,
10 aug., 7 sep., 12 okt., 16 nov., 21 dec.

Rectificatie: In het artikel Econometop 40 uit de vorige ESB werd in de laatste alinea de onderzoeksmethode van Dolfsma en Leydesdorff verkeerd weergegeven. Dolfsma en Leydesdorff kijken naar het aandeel van de artikelen dat tot de toptien procent meest geciteerde artikelen behoort, niet naar het aandeel artikelen in toptijdschriften.