



Niet aantal, maar piek asielverzoeken drukt consumentenvertrouwen

De absolute omvang van de asielinstroom heeft geen invloed op het consumentenvertrouwen, maar een grote dynamiek in het aantal asielaanvragen, zoals in het najaar van 2015, zet het consumentenvertrouwen wel tijdelijk onder druk. Vooral de beoordeling van het economisch klimaat wordt geraakt, de koopbereidheid minder. De macro-economische gevolgen hiervan zijn echter beperkt gebleven.

AD STOKMAN
Econoom bij De
Nederlandsche Bank
(DNB)

**MAIKEL
VOLKERINK**
Econoom bij DNB

In het laatste kwartaal van 2015 vroegen meer dan 24.000 personen asiel aan (eerste verzoeken en nareizigers). In totaal zijn er in 2015 bijna 59.000 asielverzoeken ingediend – de afgelopen decennia was de instroom in Nederland niet zo groot. Net als elders in Europa leidde de vluchtelingenstroom tot politieke debatten en maatschappelijke onrust. Er ontstonden bezorgdheid over de veiligheid rondom opvanglocaties, maar ook over de kosten die gepaard gaan met die opvang en over mogelijke verdringing op de woning- en arbeidsmarkt. De beperkte literatuur over economische effecten van asielstromen richt zich vooral op de gevolgen voor de overheidsuitgaven en arbeidsmarkt (EC, 2015; IMF, 2016; Volkerink, 2016). Er zijn echter aanwijzingen dat de komst van grote groepen vluchtelingen gepaard gaat met een daling van het consumentenvertrouwen. Het Duitse marktonderzoeksbureau GfK (2015) suggereerde dat de onrust als gevolg van de vluchtelingenstroom in het najaar van 2015 deels debet was aan de daling van het Duitse consumentenvertrouwen, vooral door zorgen over baan zekerheid en werkloosheid. In dit artikel nemen wij de relatie tussen asielverzoeken en het consumentenvertrouwen in Nederland onder de loep, een tot op heden nauwelijks onderzocht kanaal.

ASIELZOEKERS EN CONSUMENTENVERTROUWEN

Invloedrijke economen als Keynes (1936), Katona (1951), Akerlof en Shiller (2010) dichten grote waarde toe aan consumentenvertrouwen en *animal spirits* als determinant van consumentengedrag. Het onderzoek dat hiernaar bij DNB (2005; 2014) is verricht voor Nederland bevestigt dat stemmingsveranderingen op de korte termijn aanleiding geven tot extra of minder groei van de consumptieve uitgaven. Uit eerdere onderzoeken blijkt dat het vertrouwen van de consument op microniveau vooral wordt bepaald door nieuws op macro- of macro-economisch niveau (Berben en Stokman, 2015). Een grote toestroom van asielzoekers zou daarom een effect kunnen hebben op de macro-economische groei via hun effect op het consumentenvertrouwen.

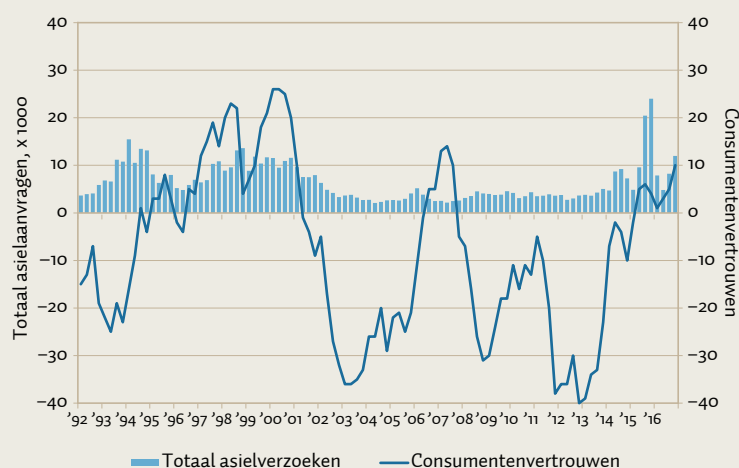
In Nederland is een relatie tussen het aantal asielaanvragen en het consumentenvertrouwen echter niet meteen evident (figuur 1). Het consumentenvertrouwen is volatiel, terwijl ontwikkelingen in het aantal asielverzoeken, enkele pieken daargelaten, meer geleidelijk zijn. Als er een effect is, lijkt er bovendien sprake van enige vertraging. Terwijl het aantal asielverzoeken in het derde kwartaal van 2015 zeer sterk groeide, nam het consumentenvertrouwen nog toe. In het eerste kwartaal van 2016 wordt het recente dieptepunt bereikt, terwijl de instroom van asielzoekers dan al sterk is afgenomen.

DATA EN MODELLERING

We onderzoeken het verband tussen asielinstroom en consumentenvertrouwen over de periode 1992:K1–2016:K3 (eerdere kwartaaldata over de stroom Nederlandse asielverzoeken zijn niet voorhanden). De waarnemingsperiode omvat twee grote golven vluchtelingenstromen naar Nederland: de asielstroom uit voormalig Joegoslavië en de recente stroom asielzoekers uit voornamelijk Syrië en Eritrea. De omvang van de asielstroom wordt gemeten als het totaal aantal asielverzoeken (in duizendtallen). Dat is de enige reeks die consistent over de gehele periode wordt waargenomen.

Ontwikkeling totaal aantal asiolverzoeken en consumentenvertrouwen

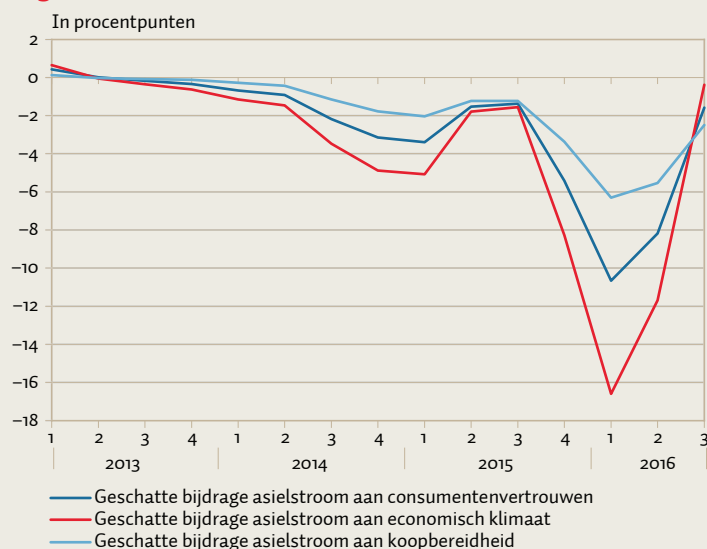
FIGUUR 1



Bron: CBS

Cumulatieve effecten van de asielstroom vanaf 2013K1

FIGUUR 2



Bron: Eigen berekeningen

Het consumentenvertrouwen in Nederland is samengesteld op basis van het oordeel van circa 1000 respondenten over *het economisch klimaat* in de afgelopen twaalf maanden en de verwachtingen over de komende twaalf maanden. Daarnaast wordt gevraagd naar het oordeel over de eigen financiële situatie in de afgelopen en komende twaalf maanden en of de tijd rijp is voor het doen van grote aankopen. Deze vragen vormen de deelindicator *koopbereidheid*.

Vertrekpunt voor onze analyses is de vergelijking voor consumentenvertrouwen in het DELFI-model (DNB, 2014):

$$consumentenvertrouwen_t = \alpha_0 + \alpha_1 consumentenvertrouwen_{t-1} + \beta macrodeterminanten_t$$

Er zijn zeven standaard macro-economische determinanten in deze vergelijking: (a) de werkloosheidsvoet, (b) de dekingsgraad van Nederlandse pensioenfondsen, (c) de aandelenkoersindex, (d) de lange rente, (e) de inflatie, (f) de reële huizenprijs en (g) de olieprijs. Daarnaast is het vertraagde consumentenvertrouwen een van de determinanten. Deze is sterk autoregressief: reeds opgebouwd vertrouwen is van grote betekenis bij de totstandkoming van het actuele vertrouwen.

Om te bepalen of de vluchtelingenproblematiek het vertrouwen mede beïnvloedt, worden stapsgewijs indicatoren voor de omvang van de asielstroom in een periode ($\gamma_{asielstroom,t}$) of mutaties tussen perioden ($\delta\Delta_{asielstroom,t}$) aan de vergelijking toegevoegd.

TIJDELIJK NEGATIEF EFFECT

De resultaten laten zien dat het consumentenvertrouwen wordt beïnvloed door de dynamiek in asiolverzoeken, en niet zozeer door het aantal asiolverzoeken. Tabel 1 zet de schattingsuitkomsten voor asielinstroom op een rij. De omvang van het totaal aantal asiolverzoeken in het lopende kwartaal (kolom 1) is niet significant. Dat geldt tevens voor de omvang van het totaal aantal asiolverzoeken een of meerdere kwartalen geleden (niet weergegeven). Ook de totale stroom over het lopende jaar blijkt niet van invloed (kolom 2). Wat wel telt, is de dynamiek in de asielstroom. De mutatie in de asielstroom in het lopende kwartaal is niet significant, maar vertraagde mutaties in de asielstroom

Regressieresultaten voor vertrouwen en deelindicatoren

TABEL 1

Afhankelijke variabele	1	2	3	4	5	6	7
	Totaal consumentenvertrouwen				Economisch klimaat	Koopbereidheid	Werkloosheid
Aantal asiolverzoeken in lopend kwartaal	-0,10	-	-	-	-	-	-
Aantal asiolverzoeken in lopend jaar	-	0,02	-	-	-	-	-
Mutatie aantal asiolverzoeken in lopende kwartaal	-	-	-0,10	-	-	-	-
Mutatie aantal asiolverzoeken 1 kwartaal vertraagd	-	-	-0,45 ***	-0,32 ***	-0,54 ***	-0,17 ***	0,79 ***
Mutatie aantal asiolverzoeken 2 kwartalen vertraagd	-	-	-0,29 **	-0,32 ***	-0,54 ***	-0,17 ***	0,79 ***
Mutatie aantal asiolverzoeken 3 kwartalen vertraagd	-	-	-0,33	-0,32 ***	-0,54 ***	-0,17 ***	0,79 ***
adjusted R ²	0,94	0,94	0,92	0,94	0,93	0,97	0,93

Noot: In alle regressies zijn de uitkomsten voor de standaard macrodeterminanten, een constante en een autoregressieve component niet weergegeven, maar wel meegenomen. **/** Significat op respectievelijk vijf- en eenprocentniveau.

wel (kolom 3). Het significantieniveau is het hoogst voor een toestroom in het vorige kwartaal, maar de geschatte parameterwaarden voor de voorgaande drie kwartalen verschillen volgens de Wald-toets niet significant. In kolom 4 staan de schattingsuitkomsten met een veronderstelde mutatie in de asielstroom in het lopende kwartaal van nul en identieke parameters voor de vertraagde mutatie in de asielstroom. De gevonden parameterwaarde van $-0,32$ is significant op eenprocentniveau. Dit betekent dat een stijging van de asielstroom met 20.000 asielerzoekers – in dezelfde orde als in het derde kwartaal van 2015 – met een kwartaal vertraging het consumentenvertrouwen met zes procentpunten drukt. Het effect is echter wel tijdelijk: valt de asielstroom na één kwartaal terug tot het oude niveau, dan neemt het vertrouwen vervolgens weer toe. Zou de asielstroom – zoals in het vierde kwartaal van 2015 – aanhouden, dan houdt het sentimentsverlies nog een extra kwartaal aan en dooft daarna.

ZORGEN OVER ECONOMIE EN BANEN

Op welke gevoelens grijpt de snelle toename van vluchtelingen vooral aan? Om deze vraag te beantwoorden, is tevens de relatie tussen consumentenvertrouwen en asielstromen voor de twee deelindicatoren van het vertrouwen (economisch klimaat en koopbereidheid) onderzocht. Uit die analyses blijkt dat vooral de beoordeling van het economisch klimaat wordt geraakt door de asielstroom, de koopbereidheid in mindere mate (tabel 1, kolommen 5 en 6). Een stijging van de stroom asielerzoekers met 20.000 personen in het derde kwartaal van 2015 en 24.000 personen in het vierde kwartaal van 2015 zou met een vertraging van één kwartaal gepaard gaan met een daling van negen respectievelijk zestien procentpunten in het oordeel over het economisch klimaat (figuur 2). Daarna neemt de neerwaartse druk op het economisch sentiment snel af. Het effect op de koopbereidheid is naar schatting drie maal zo klein.

Een snelle toename van het aantal asielerzoekers grijpt ook aan op de werkloosheidsverwachting. Naast vragen over het consumentenvertrouwen, wordt in het CBS Consumenten Conjunctuur Onderzoek ook gevraagd naar de verwachte ontwikkeling van de werkloosheid in de komende twaalf maanden. Een piek in het aantal asielaanvragen leidt ertoe dat meer mensen een toename van de werkloosheid verwachten (tabel 1, kolom 7). Dat kan betekenen dat een snelle toename van de asielstroom gevoelens van verdringing op de arbeidsmarkt en baanonzekerheid voedt.

ROBUUSTHEID

Het vertrouwenseffect is robuust en heeft een autonome invloed bovenop andere macro-economische informatie. De uitbreiding van de vergelijking voor consumentenvertrouwen met asielaanvragen laat de parameters voor de macro-economische grootheden ongemoeid. Het consumentenvertrouwen blijft dalen onder invloed van een stijgende werkloosheidsvoet, een hogere inflatie, een dalende dekingsgraad van pensioenfondsen, een lagere aandelenkoers, een dalende lange rente, een daling van de reële huizenprijzen en een hogere olieprijs.

De gevonden effecten blijken niet specifiek te zijn voor een tijdsperiode. Ook zonder de vluchtelingenstroom in

het derde en vierde kwartaal van 2015 blijven eerder gevonden parameterwaarden overeind. Dat geldt ook als we de vergelijkingen opnieuw schatten voor twee deelperioden, 1993–2002 en 2003–2015, met daarin verschillende pieken in het aantal asielaanvragen.

Tot slot, ook als de vergelijkingen worden uitgebreid met een dummy voor de terroristische aanslagen in New York, Madrid, Londen, Parijs en Brussel, en belangrijke aanslagen in Nederland (Van Gogh, Fortuyn, Koninginnedag 2009, crash vlucht MH17), dan blijft het resultaat voor de asielaanvragen overeind.

MACRO-ECONOMISCHE GEVOLGEN

De macro-economische gevolgen van de recente snelle toename van het aantal asielerzoekers via het vertrouwenskanaal zijn beperkt, van tijdelijke aard en treden met enige vertraging op, zo blijkt uit een simulatie met het DELFI-model. Over het jaar 2016 worden de reële consumptieve uitgaven met circa 0,1 procentpunt gedrukt. Vanwege de hoge invoerintensiteit van de consumptie is het negatieve effect op de bbp-groei ruim de helft kleiner. In 2017 komen de bestedingen weer op hun oorspronkelijke basisniveau uit. Het neerwaartse effect van de meest recente asielinstroom op het consumentenvertrouwen en de rest van de economie was van korte duur.

LITERATUUR

- Akerlof, G.A. en R.J. Shiller (2010) *Animal spirits: How human psychology drives the economy, and why it matters for global capitalism*. Princeton: Princeton University Press.
- Berben, R.P. en A.C.J. Stokman (2015) Does deflation affect household spending? The case of the Netherlands. *Applied Economics Letters*, 23(10), 685–689.
- DNB (2005) *Confidence, happiness and the financial situation of households*. Quarterly Bulletin. Amsterdam: De Nederlandsche Bank.
- DNB (2014) *Economische ontwikkelingen en vooruitzichten*. December 2014. Amsterdam: De Nederlandsche Bank.
- EC (2015) *European Economic Forecast*. Autumn 2015. Brussel: Europese Commissie.
- GfK (2015) *German consumer optimism declines*. Nieuwsbericht op www.gfk.com, 24 september 2015.
- IMF (2016) *The refugee surge in Europe: Economic challenges*. IMF Discussion Note, 16/02. Washington: IMF.
- Katona, G. (1951) *Psychological analysis of economic behavior*. First edition. New York: McGraw-Hill.
- Keynes, J.M. (1936) *The general theory of employment, interest and money*. Londen: Macmillan.
- Volkerink, M. (2016) Een economisch kader voor de vluchtelingen crisis. *ESB*, 101(4730), 203–205.

In het kort

- ▶ De totale asielstroom is niet van invloed op het consumentenvertrouwen, maar dynamiek in de asielstroom wel.
- ▶ Een stijging van 20.000 asielerzoekers ten opzichte van vorig kwartaal drukt het consumentenvertrouwen met zes procentpunten een kwartaal later.
- ▶ In 2016 kostte dit maximaal 0,05 procentpunt bbp-groei.