



Redacteur ESB
g.werner@sdu.nl

Chanoeka

De decembermaand is traditioneel een dure maand voor de consument. Eerst wordt Sinterklaas gevierd en daarna Kerst, waaraan een Nederlands huishouden dit jaar gemiddeld 450 euro zal besteden (Centre for Retail Research, 2010). Hoewel dit bedrag, gecorrigeerd voor inflatie, een fractie lager is dan vorig jaar, is de trend over de afgelopen tien jaar duidelijk positief, en het ligt erg voor de hand dat deze al langer positief is. Inkomens zijn de afgelopen decennia toegenomen, en daarmee de consumentenbestedingen. Ook is het aannemelijk dat Nederlanders nu meer dan eerder nut onttelen aan consumptie tijdens feestdagen zoals Kerst, omdat de traditionele christelijke feestdagen steeds meer op een seculiere wijze worden gevierd. Het kerkbezoek neemt haast evenredig af met de toegenomen welvaart, en ten koste van een ingetogen calvinistische viering van de geboorte van Jezus verschijnt het konijn op tafel en worden cadeaus gretig uitgewisseld. Religieuze motieven worden ingeruild voor consumptieve driften, en dat lijkt op vloeken in de kerk. Economische theorie leert echter dat het een niet altijd ten koste van het ander hoeft te gaan, maar dat complementariteit ook een optie is. De vraag is dan of de mensen die wél religieuze waarde hechten aan de Kerst zich niet evengoed door consumptieve driften laten leiden.

Abramitzky *et al.* (2010) hebben onderzoek gedaan naar het effect van het christelijke kerstfeest op de uitgaven van joden tijdens Chanoeka, een achtdaagse joodse feestperiode. Deze periode begint op de 25^e dag van *Kislev*, een joodse maand die jaarlijks op een ander moment begint, maar altijd tussen eind november en eind december in de vertrouwde gregoriaanse kalendertelling. Chanoeka wordt ook wel gezien als *the Jewish Christmas*, omdat Amerikaanse joden hun kinderen cadeautjes geven, net als hun christelijke plaatsgenoten. De auteurs hebben eerst een vergelijking gemaakt tussen studenten in Israël

en het belang dat studenten in de Verenigde Staten toedichten aan Chanoeka voor hun joodse studiegenoten. Er zou een verschil kunnen zijn doordat Amerikaanse Joden meer waarde hechten aan hun eigen feestdagen, bijvoorbeeld om daarmee een eigen identiteit vast te houden. Het ligt dan voor de hand dat Chanoeka net als andere feestdagen zoals Pasen meer gevierd wordt in de VS dan in Israël. Maar de auteurs laten zien dat het relatieve belang van Chanoeka voor joden in de Verenigde Staten aanzienlijk groter is dan voor joden in Israël. Van de Israël's schat slechts dertig procent Chanoeka in als top drie feest voor joodse klasgenoten, terwijl dit percentage voor Amerikaanse studenten op liefst 95 procent ligt. Vervolgens hebben de auteurs gekeken in hoeverre deze grote populariteit komt doordat Kerstmis nabij is. De vele geschenken die met het kerstfeest worden gegeven zijn met name aantrekkelijk voor Joodse kinderen. Deze zouden zich tekort gedaan kunnen voelen binnen de joodse tradities en zich aangetrokken voelen tot de niet-joodse viering van Kerst. Het blijkt inderdaad dat families met kinderen Chanoeka meer vieren dan kinderloze Joden, en ook dat het verschil groter is dan met de viering van Pasen. Dit effect is sterker voor niet-orthodoxe Joden dan voor orthodoxe, hetgeen de auteurs verklaren uit het feit dat niet-orthodoxe joden meer integreren met andere bevolkingsgroepen. Hierdoor komen hun kinderen meer in aanraking met andere feestgebruiken. Tot slot hebben de auteurs de uitgaven aan joodse producten in de maand december vergeleken tussen verschillende Amerikaanse gebieden waar christenen zwaar in de meerderheid zijn, blijken de decemberuitgaven aan joodse producten hoger dan in gebieden met relatief meer joden.

De resultaten van Abramitzky *et al.* (2010) tonen aan dat joden hun Jewish Christmas intensiever vieren en er meer geld aan besteden, wanneer ze meer concurrentie ondervinden van het christelijke kerstfeest. Dit wijst erop dat concurrentie tussen verschillende opvattingen over kerstviering de uitgaven in de decembermaand omhoog trekt. Met andere woorden, gelovigen laten zich wel degelijk leiden door consumptieve driften bij hun kerstviering, al was het maar voor hun eigen kroost. Wanneer dit niet wordt behaagd dreigt het gevaar dat dit zich afkeert van de gemeenschap, en dat zou zonde zijn.

LITERATUUR

Abramitzky, R., L. Einav en O. Rigbi (2010) Is Hanukkah responsive to Christmas? *Economic Journal*, 120(juni), 612-630.
Centre for Retail Research (2010) *European households to spend €593 on average this Christmas*. Persbericht op press.kekkoo.co.uk, 17 november.