



Hoofdredacteur ESB,
Associate Professor RSM Erasmus University
a.jolink@sdu.nl

Honderd

“Ik heb het wel honderd keer gezegd dat de positie van Nederland is verzwakt toen we duurder zijn geworden dan onze naaste concurrenten.” Aan het woord is de Premier

na afloop van de ministerraad begin augustus (NRC, 2006). De vergaderingen van de ministerraad zijn niet openbaar en de beeldvorming van wat er in de ministerraad gebeurt moet vooral via de persberichten lopen. Mijn beeld van de vergadering van de ministerraad is zo goed als non-existent maar zo af en toe kan ik me wel verwonderen.

Probeer u zich in te beelden: een lange tafel in een rijk gedecoreerde zaal, met oude, statige schilderijen aan de wand. Op de tafel staan kleine, sierlijke lampjes met crèmekleurige lampenkapjes en de sprietjes van de microfoons weerkaatsen het licht van de uitbundige kroonluchters. De minister-president is de spil in de vergadering en neemt veelvuldig het woord: “de positie van Nederland is verzwakt toen we duurder zijn geworden dan onze naaste concurrenten” en herhaalt de mededeling talloze malen; sommigen beweren wel honderd keer. Wat is er mis gegaan? Licht het aan de microfoon of aan de oren? Of wordt er wel gehoord maar niet geluisterd, zoals Duisenberg placht te zeggen. Aan de moeilijkheidsgraad van de mededeling kan het onmogelijk liggen: het is een algemeen aanvaard economisch principe dat relatieve concurrentieposities mede afhangen van de relatieve prijzen. Er zijn bouwwerken van internationale handelstheorieën op gefundeerd die comparatieve- en competitieve voordelen op deze wijze weten te definiëren. Maar honderd keer is wel erg veel. Of is het de herhaling die de kracht is van de reclame? Herhaling verveelt niet alleen maar wekt ook vertrouwen door de herkenning van de patronen, zo stellen marketingdeskundigen en ik neem aan dat de ministerraad hiervan op de hoogte is.

Loonmatiging is in Nederland een beproefd recept. Sinds ‘het akkoord van Wassenaar’ uit de jaren

tachtig, weten de vakbonden in Nederland dat het vechten is tegen de bierkaai als dit instrument weer van stal wordt gehaald. In het verleden werd ook het arbeidsproductiviteitsargument er nog bijgehaald: als je hard werkt mag je veel verdienen, maar meer salaris zonder extra inspanning is er niet bij. Nu blijft de arbeidsproductiviteit nog even buiten beeld en is de concurrentie uit het buitenland de stok waarmee geslagen wordt. Het is duidelijk dat de ministerraad zich zorgen maakt over wie er gaat profiteren van de aanstaande economische bloeiperiode: de factor arbeid, de factor kapitaal of het financieringstekort van de overheid. Als het aan de premier ligt wil hij wel honderd keer herhalen dat niet de factor arbeid aan de beurt is om met looneisen te komen.

Inmiddels heeft het CBS ook berekend dat het reëel beschikbare inkomen van de Nederlandse huishoudens ook in 2005 is gedaald en dat voor de vierde keer op rij. Voor de meeste huishoudens betekent dit dat de inflatie weer eens een flinke knauw geeft aan de verwachtingen over de koopkracht. Dat de consumptieve uitgaven toch nog blijven stijgen, is mede te danken aan de bereidheid van consumenten om het spaarvarken nog eens om te keren, maar ook daar komt een einde aan. De opbrengsten van de blijde economische tijdingen zitten nu vooral in de winstaanwas bij de bedrijven en de tekortafname bij de overheid. Zo liggen de verhoudingen.

En dan nu voor de 101^{ste} keer: de positie van Nederland is verzwakt toen we duurder zijn geworden dan onze naaste concurrenten. Maar is de positie van Nederland ook versterkt toen we goedkoper zijn geworden dan onze naaste concurrenten? Dat valt nog maar te bezien. Wat de huishoudens betreft zou niemand willen beweren dat hun positie is versterkt. Voor de bedrijven ligt dat anders, maar hier is wel enige nuance op zijn plaats. In de poging om de lonen te matigen hebben zeltogende bedrijven met beperkte winstpotentie even lucht gekregen om weer bij te komen van de hittegolven op de internationale markten. Maar het is zeer de vraag of het ontzien van dergelijke bedrijven, ten koste van de koopkracht van huishoudens, een versterking van de positie van Nederland heeft opgeleverd. Wellicht dat een forse loongolf de boel weer op scherp zet en Nederland laat zien waar we echt sterk in zijn. Door ‘loon naar werken’ kan de productiviteit worden opgeschroefd in richtingen die Nederland echt versterken: innovatie, groei en flexibiliteit. Uiteraard kun je honderd keer zeggen dat we het in het verleden niet goed hebben gedaan en dat we conclusies moeten trekken uit het verleden. De vraag is alleen of de conclusies beperkt moet blijven tot een herhaling van zetten.

LITERATUUR

NRC (2006) *Balkenende en Zalm: hou loonmatiging vast.*
NRC *Handelsblad*, 12 augustus.