



## Een leugen om bestwil

**Auteur(s):**

Reitsma, A.

**Verschenen in:**

ESB, 86e jaargang, nr. 4293, pagina 97, 2 februari 2001

**Rubriek:**

Van de redactie

**Trefwoord(en):**

**"Consument moet redding brengen" luidt de kop boven een recent artikel in *Het Financiële Dagblad*. Die redding heeft betrekking op de groeicijfers van bijvoorbeeld de Amerikaanse en de Nederlandse economie. Ze is nodig om tegenwicht te bieden aan de inzakkende groei van de wereldhandel en de teruglopende groei van de investeringen<sup>1</sup>. Zo cruciaal is de redding dat ze, alweer volgens *Het Financiële Dagblad*, het onderscheid kan maken tussen een "tijdelijke inzinking of een serieuze recessie".**

Reminiscenties komen op aan oude Keynesiaanse wijsheden. Bestedingsimpulsen als remedie. In de VS vindt men daar geen doekjes om Greenspan verlaagt de rente, waarschuwt tegen de opbouw van grote begrotingsoverschotten en pleit voor lastenverlichting.

De grote vraag is echter of de verontruste psyche van consumenten nog is te kalmeren met de remedies van Keynes en de bank. Zijn we niet reeds in de greep van Freud en sofa? In de VS heeft de maandenlang aanhoudende stroom van negatieve berichtgeving het vertrouwen en daarmee de koopbereidheid van de consument beïnvloed. De renteverlaging en de uitlatingen van Greenspan bevestigen slechts de donkere vermoedens.

Ook in Nederland begint het vertrouwen te wijken. Berichtte het CBS vorige maand nog dat het consumentenvertrouwen "in december vrijwel even hoog was als in november", deze maand kwam het onvermijdelijke: het consumentenvertrouwen is gedaald. De daling is fors. Vooral de verwachting voor de komende twaalf maanden verslechtert. Wel menen de meeste consumenten dat de eigen financiële situatie stabiel zal blijven. Met de berichtgeving over het tot staan komen van de prijsontwikkeling op de huizenmarkt en de negatieve berichten van de aandelenbeurs, lijkt het echter niet onwaarschijnlijk dat ook dit vertrouwen afneemt. De geluiden over tegenvallende opbrengsten van het nieuwe Belastingplan maken het plaatje compleet.

Alhoewel het spook van de oververhitting nog nauwelijks is afgeschud, wordt een afname van de groei eveneens gevreesd. Hoe nu? Wat kan een overheid doen om het zichzelf versterkende proces van dalend vertrouwen en verslappende groei te keren?

De handen van Nederlandse beleidsmakers zijn gebonden. Het rente-instrument is hen ontnomen en het kruit van een lastenverlichting is reeds goeddeels vershoten. Een verdere aanpassing van het belastingregime is moeilijk realiseerbaar op korte termijn en zou eveneens als een negatief signaal kunnen worden geïnterpreteerd. Wat voor mogelijkheden en gelukkige omstandigheden kunnen de grote roergangers dan nog ten dienste staan?

Allereerst kan men de consumentenbestedingen omzeilen en alsnog de ruimte op de overheidsbegroting benutten om zélf te besteden. Alle discussies daarover ten spijt. Via consumptie in de vorm van overheidsdienaren in zorg en onderwijs. Of via (het stimuleren van) investeringen in productiviteitsverhogende productiemiddelen, om de groei te behouden en daarbij het gevaar van terugkerende inflatie te vermijden.

Maar bij zo'n koers is het maar hopen op zegen. Hoop dat dit beleid niet eveneens wordt herkend als een signaal van teloorgang en daarmee niet resulteert in een daling van de particuliere uitgaven. Het feit dat discussies over aanwending van het geld reeds plaatsvonden in een klimaat waarin afnemend consumentenvertrouwen nog geen rol speelde, kan een deel van die hoop verschaffen. Voor de rest knaagt de twijfel.

Ten tweede kan men wachten. Wachten tot de euro in circulatie komt. En dan vertrouwen. Op geldillusie. De euro kan consumenten kortstondig de indruk geven dat de prijzen gehalveerd zijn en hen zo tot besteden aanzetten. De bijdrage daarvan is echter zeer marginaal en kan pas volgend jaar een heel klein beetje redding brengen. Als we het aan de consument overlaten, zou de groei, zoals gevreesd, dus inderdaad wel eens lager dan drie procent kunnen uitpakken.

Keynes, in combinatie met emotionele, redelijk rationele consumenten én weinig verrassende beleidsmaatregelen: dat moet wel stuk lopen. Voor de toekomst biedt de theorie echter een uitweg. Beeldbevestigend beleid vervangen door een leugen om bestwil. Door alle berichtgeving over dalend vertrouwen en dalende groeicijfers simpelweg na te laten. Als een rationele consument van niets weet hoeft die niet minder te consumeren dan het jaar ervoor. De beste voorspeller van de consumptie van dit jaar, is dan met recht de consumptie van vorig jaar<sup>2</sup>. Wanneer het consumentenvertrouwen niet daalt en de koopbereidheid hoog blijft, is er minder reden om een afnemende orderportefeuille te verwachten en kan ook het producentenvertrouwen op peil blijven. Consumptie en investeringen behoeven dan niet te dalen. En zolang de industrie niet tegen een capaciteitsbeperking oploopt en er als gevolg van optimisme geen loongolf ontstaat, wordt de leugen vanzelf een beetje waar.

Het zou aardig zijn om zo'n scenario eens te testen in een laboratoriumomgeving. In een experiment waar consumenten hun koopbereidheid kunnen aangeven bij veranderende macroparameters en ongewijzigd beleid en berichtgeving. De ervaring leert dat een geheim buiten de laboratoriumomgeving snel openbaar is. Maar stel je eens voor dat het werkt: wordt de leugen om bestwil dan de redder van de groei?

---

1 Zie bijvoorbeeld de [bijdrage van het Centraal Planbureau](#) in *esb* van 5 januari, blz. 20-22

2 O. Blanchard, *Macroeconomics*, New Jersey, 1997, blz. 617.