



Hoe eerder de uitverkoop begint, hoe beroerder de economie

Posted on 2 november 2022 by Menno Tamminga

Nog 53 dagen tot Kerstmis, dé koopfeestdag van de Nederlandse economie. Kerst heeft Sinterklaas verdrongen als hét moment om uit te pakken met cadeautjes, etentjes en vakanties. Voor hotels, restaurants en de omzet van de detailhandel zijn de belangrijkste dagen van het jaar in aantocht. Je kunt gerust zeggen: nu komen de dagen die bepalen of ondernemers in de winkelstraten en online het jaar 2022 winstgevend afsluiten – of toch niet.

Dus is de vraag: hoe staat de economie ervoor? Waar gaat het naartoe?

Goed nieuws

Gelukkig is er goed nieuws in overvloed. De werkloosheid is nog steeds sensationeel laag. In september hadden 123.000 mannen en vrouwen in de meest productieve en door werkgevers gewilde leeftijdsgroep (tussen 25 en 45 jaar) geen baan. Dat is 3,1 procent van hun leeftijdsgroep. Zo laag was het maar zelden. In deze leeftijdsgroep waren 3,85 miljoen mensen aan het werk. Een record. Banen zijn

inkomens en inkomens zijn consumptieve bestedingen.

Nog meer goed nieuws: ondernemers in de industrie hebben er nog steeds vertrouwen in. Zij zijn de exporteurs bij uitstek, de ruggengraat van de economie. Als de ondernemers er geloof in houden is dat goed nieuws.

Het beste nieuws van de laatste weken: de gasprijs daalt hard. Overheden in Nederland, Duitsland en elders hebben hun gasreserves helemaal gevuld. Hun aankopen ter waarde van tientallen miljarden euro op de gasmarkt zijn weggevallen. Minder vraag, prijs daalt. De prijsdaling is verder versterkt door het voorjaarsweer in oktober in West-Europa.

Wanhoop nabij

Voorjaar? Maar zo voelt het helemaal niet. De gevoelstemperatuur onder consumenten is winters, waterkoud en rillerig. Het consumentenvertrouwen, zeg maar: de barometer van de economische verwachtingen van u en mij en onze burens, staat op bijna wanhopig. Al maanden. Nederland was nog nooit zo pessimistisch over de komende twaalf maanden, constateerde statistiekbureau CBS twee weken geleden. Maar ook hier is er nog goed nieuws bij slecht nieuws. Ook bijna wanhopige consumenten stoppen niet van de ene op de andere dag met geld uitgeven.

Het rillerige gevoel heerst inmiddels ook op de huizenmarkt. Niet zo raar. Kopers moeten meer rente betalen. Banken worden misschien al wel zuiniger. Zoals president Klaas Knot van De Nederlandsche Bank met zijn kenmerkende Groningse nuchterheid afgelopen zondag in tv-programma *Buitenhof* opmerkte: bij een hypotheekrente van 4 procent horen lagere huizenprijzen dan bij een rente van 1 procent.

Het goede nieuws bij het slechte nieuws is: op korte termijn leidt de rentestijging niet tot ontwrichting. De prijzen van huizen reageren altijd traag op kenteringen in de economie. Ja, de rente speelt een hoofdrol, maar de werkloosheid ook. Zolang de laatste laag blijft, volgt er geen huizencrash. Maar dalende huizenprijzen beroven de economie wél van een echte groeimotor.

Orakels, welke orakels?

Resumerend: er is genoeg goed nieuws, maar met zijn allen hebben de Nederlanders er geen goed gevoel bij. En het bijzondere op dit moment is: elke consument, elke zzp'er, elke ondernemer is op dit moment een economisch baken. De traditionele orakels, zoals De Nederlandsche Bank, het Centraal Planbureau en het Internationaal Monetair Fonds, zitten in dezelfde mistbanken als u en ik. Hun economische modellen zijn niet gewend aan de extreme uitslagen (gasprijs, inflatie, wanhopige consumentenstemming) van de afgelopen maanden. Ze moeten de nabije toekomst verhelderen, maar ze manoeuvreren door onbekend terrein.

De laatste raming van het Centraal Planbureau is een koopkrachtdaling van bijna 7 procent dit jaar en een herstel van 4 procent volgend jaar. De raming dateert van begin september. Sindsdien heeft het kabinet een prijsplafond ingesteld voor gas en stroom én 190 euro energietoeslag toegezegd per huishouden in november en december. Hoe deze maatregelen koopkracht én economisch sentiment zullen beïnvloeden, zit nog in de glazen bol van economen.

Twee observaties

Wat gebeurt er ondertussen in de 'echte' economie? Twee observaties. Vorige week schetsten twee grote producenten van (duurdere) merkartikelen hun vooruitzichten. De een, Heineken, ziet de eerste tekenen van teruglopende bestedingen in enkele Europese landen. De ander, Unilever, producent van verzorgingsproducten en cosmetica, blijft zijn prijzen verhogen en rekent erop dat consumenten zijn duurdere A-merken blijven kopen. In een economische crisis gunnen klanten zich betaalbare luxe. Zou het?

Tweede observatie: Nederlandse pakhuizen liggen vol, meldde het *Financieele Dagblad* vorige week, omdat consumenten minder kopen dan verwacht.

Verschillende consumenten

Wat gaat er in de 53 dagen tot Kerst gebeuren? De verschillen tussen consumenten zullen groter dan ooit zijn. Aan de ene kant de mensen met spaargeld uit de coronatijd. Werknemers met een loonstijging van 10 procent of meer. Burgers die meer geld hebben teruggekregen van de fiscus omdat ze eerder teveel belasting op hun spaargeld hebben betaald. En natuurlijk de mensen met lage energiekosten

voor wie de 190 euro extra cadeautjes zijn.

Maar aan de andere kant staan de huishoudens voor wie dat allemaal niet geldt, die zonder financiële buffers zitten, zonder loonexplosie, of met een nieuw duur energiecontract. De eerste groep kan zoveel geld laten rollen dat hun bestedingen nog wel eens een macro-economische verrassing kunnen opleveren.

Maar dat is koffiedik kijken. Eén ding is zeker. Er komt gezien de volle pakhuizen een daverende uitverkoop. Het moment dat de opruiming begint, is de beste barometer van de economie. Hoe vroeger de uitverkoop begint, hoe vertwijfelder ondernemers en klanten en des te beroerder de economische vooruitzichten.

Econoom en journalist [Menno Tamminga](#) was redacteur en columnist voor NRC Handelsblad. Sinds de zomer van 2022 staat zijn wekelijkse columns in Wynia's Week.

Wynia's Week verschijnt 104 keer per jaar. De betalende lezers maken dat mogelijk. Wordt u ook donateur? Dat kan [HIER](#). Hartelijk dank!