

# Nederland maakt pas op de plaats

*Met Nederland gaat het minder, en met mij zou het ook wel eens slechter kunnen gaan, is de teneur van een enquête naar de reactie van de consument op de financiële crisis. De stortvloed aan slecht nieuws spoort aan tot voorzichtigheid. Dat betekent uitstel van dure aankopen en afzien van luxe uitgaven. Voor bezuinigingen op het dagelijkse budget lijkt vooralsnog geen reden.*

*Een bron van zorg is de inzakkende woningmarkt. Woningbezitters vrezen voor een waardevermindering van hun bezit, aspirant-kopers deinzen terug voor de risico's. Lichtpuntje is dat veel Nederlanders erop vertrouwen dat de recessie niet lang zal duren.*

## Nederland maakt pas op de plaats

Alsof zij de crisis wilden bezweren, zo nadrukkelijk brachten de media de afgelopen decembermaand het goede nieuws. Nederland mocht dan op een recessie afstevenen, aan de recordomzettingen van de detailhandel viel dat niet te merken en ook werd flink meer gepind dan een jaar eerder. De Nederlandse consument, kortom, was niet van plan de feestdagen te laten versjteren door sombere berichten over een in hoog tempo verslechterende economie. Maar hoe ziet de wereld eruit nu de feestverlichting is opgeborgen en het vuurwerk verstomd? Om daar uitsluitsel over te krijgen is in het laatste weekend van januari 2009 aan een representatieve groep Nederlanders van zestien jaar en ouder een aantal vragen voorgelegd. Daarvoor is het CENTERpanel ingezet, dat wordt geïnterviewd in het kader van het DNB Household Survey (DHS). De antwoorden geven een beeld van hoe Nederlanders de financiële crisis ervaren en hoe hierdoor hun bestedingspatroon wordt beïnvloed. Van de 2.418 panelleden vulden er 1.842 de vragenlijst compleet in, wat een respons oplevert van 76%.

## Zorgwekkend

De financiële crisis baart ruim de helft (57%) van de Nederlanders zorgen. Slechts 15% van de respondenten zegt niet ongerust te zijn, en een kwart is neutraal of neemt een afwachtende houding aan. Mannen maken zich wat meer zorgen dan vrouwen, ouderen (55+) fors meer dan jongeren (-35). Kijken we naar de inkomensverdeling, dan verbaast het niet dat lagere en middeninkomens zich naar verhouding meer zorgen maken dan hogere inkomens. Hun buffers voor moeilijke tijden zijn uiteraard kleiner.

Nu de gevolgen van de financiële crisis zich in alle hevigheid in de dagelijkse economie openbaren, is er geen ontkomen meer aan. De afgelopen maanden is veelvuldig de analogie met de jaren dertig van de vorige eeuw gezocht. Inmiddels staat wel vast dat Nederland in de zwaarste recessie sinds de Tweede Wereldoorlog is beland. Het bange vermoeden rijst dat deze crisis langer en dieper zal zijn dan eerdere, 'normale' recessies. Een snel herstel is, mede doordat deze zich voltrekt in combinatie met een wereldwijde economische terugval, dan ook onwaarschijnlijk. De Nederlanders houden er echter vooralsnog de moed in. Zij gaan niet uit van een langdurige crisis. Iets minder dan de helft van hen (48%) houdt rekening met één à twee jaar, ruim een-

vijfde (22%) vermoedt dat de crisis wel eens twee à drie jaar kan duren. Slechts weinigen (7%) zijn bedacht op een periode van langer dan drie jaar. Het dubbele daarvan (15%) denkt dat de financiële crisis over een jaar voorbij is.

Met Nederland gaat het minder, en met mij zou het ook wel eens slechter kunnen gaan, is de teneur van de enquêteuitslag. Terwijl een dikke meerderheid van de respondenten donkere wolken boven Nederland ziet samepakken, denkt 60% dat de crisis hem of haar persoonlijk zal treffen. Echter, driekwart van hen meent dat dit 'enigszins' het geval zal zijn. Ondanks dit betrekkelijke optimisme zullen velen de komende tijd voorzichtig aan doen. Ruim de helft (55%) van de consumenten zegt minder te zullen uitgeven omdat zij ervan uitgaan dat hun koopkracht afneemt. Dat laatste is opvallend, omdat voor 2009 een stijging van de koopkracht was voorspeld: een loongroei van ruim 3% bij een lagere ww-premie en afnemende inflatie. Dat bericht werd niet alleen breed uitgemeten in de pers, maar is inmiddels ook bevestigd door het eerste loonstrookje van dit jaar. Door het negatieve economische sentiment stelt 46% van de consumenten dure aankopen toch liever uit. Eenvijfde zal zich daar niet van laten weerhouden. Het CBS heeft ondertussen vastgesteld dat eerstgenoemde groep de daad bij het woord voegt. In het late najaar van 2008 is een daling van de bestedingen aan goederen ingezet en daarbinnen was de afname het grootst bij de uitgaven aan duurzame goederen. De lawine aan slecht nieuws de afgelopen maanden spoort aan tot voorzichtigheid. Uit voorzorg voorlopig de hand op knip, zo luidt het parool.

De dagelijkse boodschappen is een tweede post waar consumenten mogelijk zorgvuldiger op zouden kunnen letten. Eenderde van de Nederlanders zegt meer dan voorheen te kiezen voor goedkope alternatieven en aanbiedingen. Nog eens eenderde vindt dit niet nodig, en een kwart kijkt de kat uit de boom. Een iets rooskleuriger beeld levert de vraag op naar de noodzaak tot bezuinigen op boeken, gereedschap, kleding en andere niet dagelijks noodzakelijke artikelen. Eenderde van de consumenten overweegt bij de aanschaf van dit soort artikelen uit te wijken naar voordeliger alternatieven of koopjes, maar bijna 40% zegt dat niet van plan te zijn. Ook hier kijkt een kwart de zaak aan. Moet er toch beknipt worden, dan zal dat vooral de aanschaf van luxe spullen (horloges, computerspelletjes) raken. De dagelijkse boodschappen én de auto komen pas op de laatste plaats voor bezuiniging in aanmerking. De weigering om op de auto te besnoeien, staat op gespannen voet met berichten over de instortende tweedehands-

automarkt en een kelderende autoverkoop, maar is mogelijk te verklaren door de forse daling van de benzineprijs. Vergeleken met afgelopen zomer is het immers een stuk goedkoper om de auto te gebruiken. Nog los van het onwrikbare feit dat de auto als heilige koe geldt, speelt mee dat velen erop aangewezen zijn. Bovendien is de technische staat van het Nederlandse autopark zodanig dat niet per se om de twee jaar een fonkelnieuwe of verse tweedehands auto voor de deur hoeft te staan. De inzakkende automarkt lijkt vooral toe te schrijven aan het bedrijfsleven, dat zich door de crisis genoodzaakt ziet om het leasebudget te bezuinigen.

Diffuser is het beeld als het gaat om de inperking van bezoeken aan de horeca, pretparken, bioscoop en dergelijke en de uitgaven aan vakanties. Veel Nederlanders zijn eerder geneigd te bezuinigen op een avondje uit (eten, film) dan dat zij de vakantie laten schieten.

Als het dan nodig is de broekriem aan te halen, denkt eenderde van de Nederlanders aan een maandelijks bedrag van EUR 50-100, ruim een kwart aan EUR 10-50 en bijna een vijfde aan EUR 100-150. Nemen we alle inkomenscategorieën in aanmerking, dan houdt dat een gemiddelde bezuiniging per maand in van EUR 80. Dat is op jaarbasis voor heel Nederland EUR 11,5 mld. Dat wil zeggen dat Nederlanders zo'n 4% op hun particuliere consumptie zouden kunnen gaan besparen, mochten de omstandigheden daartoe aanzetten.

### Angst voor werkloosheid?

Nederland onderging de afgelopen maanden een ongekend snelle terugval van de groei. Het ging zo rap dat een forse krimp van de economie nu werkelijkheid is. De cijfers van het CBS en het Centraal Planbureau liegen er niet om. De beroerde vooruitzichten leveren een dagelijkse stroom aan krantenkoppen op over reorganisaties, saneringen, arbeidstijdverkorting en ontslagen. Wat heeft dat losgemaakt bij de Nederlanders? Vrezen zij ook voor hun baan nu de crisis haar tol gaat eisen, zich een duidelijke omslag op de Nederlandse arbeidsmarkt aftekent en de werkloosheid na een lange periode van daling oploopt?

Veertig procent van de respondenten is gepensioneerd of heeft om verschillende redenen geen betaalde baan. Van het resterende deel is een vijfde het eens met de stelling dat de kans om werkloos te raken, is toegenomen. Nog eens een vijfde weet het niet, maar de helft ziet (nog) geen wolkje aan de lucht. Opvallend is wel dat onder de lagere inkomensgroepen de angst om te worden ontslagen significant hoger is. Kijken we naar

de respons op de stelling dat het moeilijker is om een baan of nieuwe baan te vinden, dan is bijna 40% van de actieven het daarmee eens en antwoordt bijna 30% ontkennend. Ook hier springen de lagere inkomens er uit in hun vrees moeilijker aan de slag te komen.

De uitkomst van de enquête duidt niet op een breed gevoelde angst voor de eigen arbeids situatie, al spreekt er wel zorg uit voor een afkalvende arbeidsmarkt. De werkloosheid stijgt weliswaar, maar er staan nog steeds veel vacatures open. Bij de overheid, maar ook in de zorg en het onderwijs. De publieke en semipublieke sector is naar verhouding meer vergrijsd dan het particuliere bedrijfsleven, waardoor hier de vervangingsvraag de komende jaren flink toeneemt. Hoewel niemand over bezuinigen in deze sector rept, valt dat in het licht van de pijlsnelle verslechtering van de overheidsfinanciën niet helemaal uit te sluiten.

### Onrust op de woningmarkt

Het rommelt op de Nederlandse woningmarkt. De kredietcrisis heeft het vertrouwen van de woonconsument onder druk gezet. Kopers en verkopers maken pas op de plaats. In januari, traditioneel een slappe maand voor de huizenmarkt, klapte het aantal transacties in. Ondanks een daling van de hypotheekrente durven mensen geen risico te nemen. Aan de jarenlange stijging van de huizenprijzen, die trouwens al aan het afvlakken was, is een einde gekomen. Sinds kort dalen de prijzen en de Nederlandse Vereniging van Makelaars (NVM) verwacht dat de huizenprijs dit jaar verder zakt, met gemiddeld 5%. Duurdere woningen worden harder geraakt dan goedkopere. De huizenmarkt is een kopersmarkt geworden. Dat is, bij alle somberheid, gunstig nieuws voor bijvoorbeeld starters. Zij dreigden eerder buitengesloten te raken maar hebben nu meer kans een huis te bemachtigen.

De gevestigde woonbezitter echter, voor wie het huis doorgaans de belangrijkste vermogenscomponent is, laat de ontwikkelingen op de woningmarkt niet onberoerd. Onder de Nederlanders die zich zorgen maken over de crisis domineren, zo blijkt uit de enquête, de huiseigenaren (76%). Een even zwaar stempel drukken zij op het contingent Nederlanders dat vreest dat de crisis hen persoonlijk zal treffen. Zij zullen ongetwijfeld bang zijn dat dit gebeurt door een waardevermindering van hun grootste bezit. Hierbij zij aangetekend dat het om een sociaal relatief sterke groep Nederlanders gaat, zowel qua inkomen als arbeidspositie.

## **Even aanzien**

De uitkomsten van de enquête laten een gemengd beeld zien. Sinds het najaar heeft de Nederlandse consument een waar bombardement van slecht nieuws ondergaan, waarvan de rode draad is dat in een kort tijdsbestek de economische vooruitzichten sterk zijn verslechterd. Er dreigt grootschalige werkloosheid, de pensioenen staan onder druk en de vermogens slinken door klappen op de beurs en een inzakkende woningmarkt. Geen wonder dat een flink deel van de Nederlanders zich zorgen maakt, vreest voor het eigen welbevinden en het koopgedrag uit voorzorg aanpast. De eerste aanvechting is dure aankopen uit te stellen en af te zien van luxe uitgaven. De meesten zien echter vooralsnog geen reden om te korten op het dagelijkse budget. De crisis heeft de consument nog niet in de portemonnee getroffen. Bovendien, wie zijn baan behoudt, ziet dit jaar zijn koopkracht toenemen.

Een bron van zorg is de haperende woningmarkt. Woningbezitters vrezen voor een waardevermindering van hun bezit, aspirant-kopers deinzen terug voor risico's in deze onzekere tijden. In de afgelopen maanden zijn diverse voorstellen gedaan om het kopen van een huis aantrekkelijker te maken en de kredietcrisis op dit punt te pareren. Voorlopig zonder succes: het vertrouwen om een ingrijpende aanschaf als de koop van een woning te doen, ontbreekt.

Lichtpuntje is dat veel Nederlanders erop vertrouwen dat de recessie niet al te lang duurt.