nieuws

"Prijsstijging kan consumentenvertrouwen aantasten"

nieuws

De zichtbare prijsstijgingen aan de pomp en in de supermarkt dreigen het vertrouwen van de Belgische consument te ondermijnen. Dat zegt Peter Vanden Houte, hoofdeconoom van ING België. "Kijk wat er in Duitsland is gebeurd. Aldi besliste er de prijzen van melk en zuivel met 50 tot 100 procent op te trekken. Dat was een van de belangrijkste redenen waarom de Duitse gezinsbesteding in de zomer achteruitging. Prijsstijgingen die voor iedereen zichtbaar zijn, hebben een groot psychologisch effect".

8 NOVEMBER 2007 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:01

De erg zichtbare prijsstijgingen aan de pomp en in de supermarkt dreigen het vertrouwen van de Belgische consument te ondermijnen. Dat zegt Peter Vanden Houte, hoofdeconoom van ING België.

De prijzen van voeding en brandstof breken record na record. Wat is er aan de hand?

Vanden Houte: We leven in de nieuwe situatie waarbij de voedings- en energieprijzen niet meer afhangen van het seizoen maar van een wereldvraag die permanent onder stoom staat. Dat heeft alles te maken met de stijgende vraag uit China en andere opkomende economieën. Een tweede factor is de zoektocht naar biobrandstoffen, om milieuredenen en omdat olie zo duur is. Daardoor is er meer vraag naar landbouwproducten als maïs. Dat veroorzaakt een kettingreactie, want het duwt de voedingsprijzen omhoog. Door die twee factoren krijg je een vicieuze cirkel van stijgende prijzen.

Zullen we met een stijgend prijspeil moeten leren leven? Er is een groot verschil tussen de gepercipieerde inflatie en de werkelijke. Ik denk dat de meeste mensen de stijging van het prijspeil hoger inschatten dan wat de werkelijkheid is. Dat komt omdat de prijsstijgingen zich net in die domeinen voordoen waar je week na week aan- kopen doet, zoals de supermarkt of aan de pomp. Maar een heleboel producten die ook een belangrijk deel van het gezinsbudget uitmaken, verlagen in prijs. Ik denk aan auto's,

computers of flatscreens. Die prijsverlagingen dringen echter minder door bij het grote publiek, omdat je zulke producten maar om de vijf jaar koopt.

Kan die perceptie het vertrouwen van de Belgische consument aantasten? Dat kan zeker. Kijk wat er in Duitsland is gebeurd. Supermarktketen Aldi besliste er de prijzen van melk en zuivel, die lager stonden dan in de buurlanden, met 50 tot 100 procent op te trekken. Dat was een van de belangrijkste redenen waarom de Duitse gezinsbesteding in de zomer achteruitging. Prijsstijgingen die voor iedereen zichtbaar zijn, hebben dus een groot psychologisch effect.

Hebben economen en beleidsmakers de inflatie niet onderschat? Misschien wel. Economen keken vroeger naar de zogenaamde kerninflatie. Dat wil zeggen: zonder verse voeding en brandstoffen. De redenering was dat de prijsschommelingen van die twee categorieën toch maar tijdelijk en seizoensgebonden waren. Maar sinds 1999 gaat de olieprijs eigenlijk maar één richting uit: omhoog, van 10 dollar per vat Brentolie in 1999 tot 94 dollar vandaag. Ik moet met het schaamrood op de wangen toegeven dat ook wij bij ING al dikwijls hebben voorspeld dat de olieprijzen zullen kalmeren. Maar dat blijkt maar niet te gebeuren. Voedingsgrondstoffen als tarwe gaan sinds anderhalf jaar zeer hard omhoog, met een gemiddelde prijsstijging van 50 procent. Het gaat niet meer om tijdelijke prijsstijgingen.

Wat brengen de komende maanden? Volgend jaar zal de inflatie boven 2 procent uitkomen, zowel in België en in Europa. Dat is het einde van de wereld niet, maar het is wel hoger dan de voorbije jaren. De inflatie zal ook meer en meer doorgerekend worden in loonsverhogingen. Dat zie je nu al her in der in Europa. In België zijn de lonen gekoppeld aan de gezondheidsindex. Daar zitten de brandstoffen niet in, maar wel stookolie en voedingsproducten. Bepaalde spilniveaus zullen in 2008 bereikt worden. De hogere inflatie is niet vergelijkbaar met wat eind jaren zeventig is gebeurd, maar het opent wel vragen.

Dreigt er een combinatie van recessie en hoge inflatie, de beruchte 'stagflatie' van eind jaren zeventig? Stagflatie is een groot woord. Een recessie komt er niet, wel een serieuze groeivertraging, van 2,5 procent naar 1,8 procent. Dat brengt de Europese Centrale Bank in een lastig parket. Want wat moet de ECB doen? Een renteverlaging zou de groei stimuleren, maar wakkert de al hoge inflatie verder aan. Een renteverhoging zou de inflatie indammen, maar remt de groei af.(KS)

Bron: De Morgen

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |
Privacy policy
Copyright
Cookie Policy
Cookie instellingen aanpassen

Crafted by Brigada