

Nederlandstalige samenvatting CPB Background Document

‘The effect of the pandemic and Non-Pharmaceutical Interventions on household consumption’

‘Het effect van de pandemie en niet-farmaceutische interventies op de consumptie door huishoudens’

Waardoor zijn mensen minder gaan consumeren tijdens de eerste golf van de coronapandemie? De grootste oorzaak van de consumptiedaling was een vrijwillige reactie van mensen die gezondheidsrisico's vermeden. De maatregelen oftewel de niet-farmaceutische interventies (NPI's), zoals de sluiting van scholen of de horeca, had daar in eerste instantie relatief weinig mee te maken. Omdat op de langere termijn verlagen NPI's het aantal besmettingen wel, bestaat de mogelijkheid dat NPI's over een hele pandemie gemeten de consumptie verhogen. Dit achtergronddocument geeft een gedetailleerd overzicht van de literatuur die ten grondslag ligt aan deze analyse.

Om de effecten van niet-farmaceutische interventies (NPI's) op consumptie te kunnen evalueren, moeten we als onderzoekers een alternatief scenario (counterfactual) construeren dat alleen verschilt van de echte wereld door het opleggen van een bepaalde NPI, zoals een lockdown. Als we de werkelijke consumptie in een wereld met zowel een pandemie als lockdowns vergelijken met consumptie zonder beide, kunnen we niet zeggen of het de pandemie zelf was of de lockdowns die de consumptie hebben verlaagd. Daarom is de waargenomen daling van de consumptie niet bruikbaar voor de economische kosten van lockdowns. Aangezien lockdowns infecties verminderen en gezondheidsrisico's verlagen, is het eigenlijk onduidelijk of lockdowns de consumptie verlagen of verhogen tijdens de duur van een pandemie.

Het construeren van een plausibel counterfactual is niet eenvoudig. Dit achtergronddocument belicht drie interacterende mechanismes die essentieel zijn bij het denken over wat er met de consumptie zou zijn gebeurd zonder een lockdown. Ten eerste is de consumptie van huishoudens rechtstreeks afhankelijk van de pandemie. Hoe groter de gezondheidsrisico's die aan een bepaald soort consumptie zijn verbonden, des te minder huishoudens hiervan zullen consumeren. Het tweede mechanisme is dat lockdowns het aantal klanten in specifieke sectoren beperkt, waardoor de consumptie direct afneemt. Ten slotte: het derde mechanisme, lockdowns verlagen het aantal besmettingen. Daardoor hebben lockdowns niet alleen een direct effect op de consumptie door het verkleinen van de mogelijkheden om te consumeren, maar kunnen ze ook de toekomstige consumptie verhogen door de gezondheidsrisico's, die met het consumeren samenhangen, te verminderen. Het totale effect op de consumptie gedurende het verloop van de pandemie is het netto-effect van alle drie de mechanismen.

Onderzoeksresultaten uit de eerste coronagolf geven ons veel informatie over het relatieve belang van vrijwillige consumptieveranderingen om gezondheidsrisico's te vermijden ten opzichte van lockdowns. Er is uitgebreide literatuur over de korte termijneffecten van lockdowns op de consumptie in verschillende landen gedurende de eerste golf, waaruit blijkt dat het merendeel van de reductie het gevolg was van vrijwillige veranderingen in de consumptie.

Er is minder bewijs op de langere termijn, omdat de coronapandemie nog niet achter ons ligt. De data voor de langere termijn moesten we halen uit epidemieën uit het verleden en gestileerde

modellen die epidemiologische en economische uitkomsten met elkaar in verband brengen. Beide bronnen van bewijs hebben beperkingen, maar geen van beide sluit uit dat lockdowns door het verlagen van gezondheidsrisico's de consumptie kunnen verhogen gedurende de duur van een pandemie, omdat de vrijwillige reactie op gezondheidsrisico's zo sterk is.

Ten slotte bespreekt dit achtergronddocument factoren die het relatieve belang van gezondheidsrisico's en lockdowns in volgende golven van de pandemie kunnen veranderen. Denk aan de komst van vaccins, betere informatie over de gezondheidsgevolgen van infectie en technologische innovaties die consumptie tijdens lockdowns mogelijk maken.