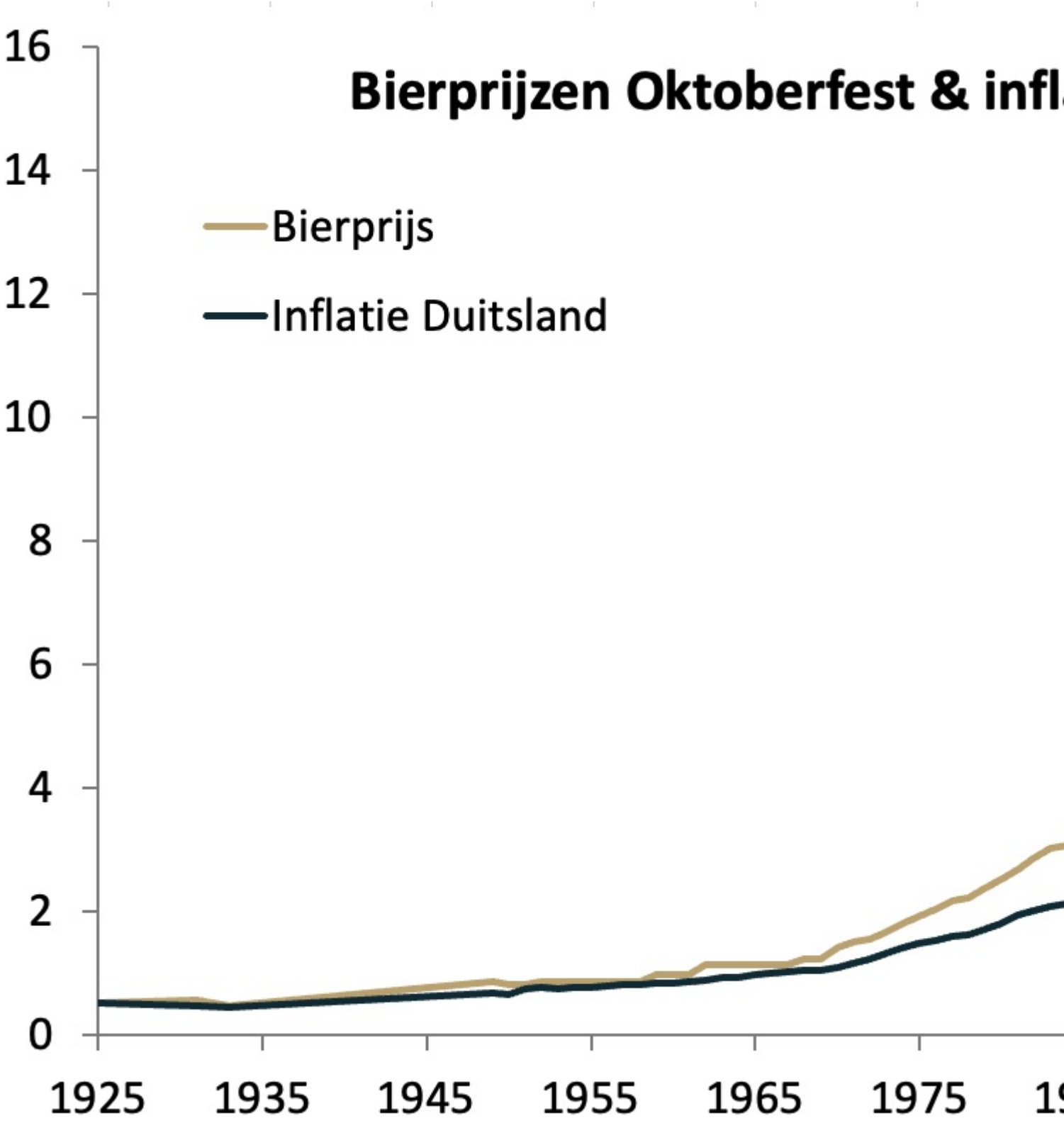
Meer inflatie door dynamische bierprijs

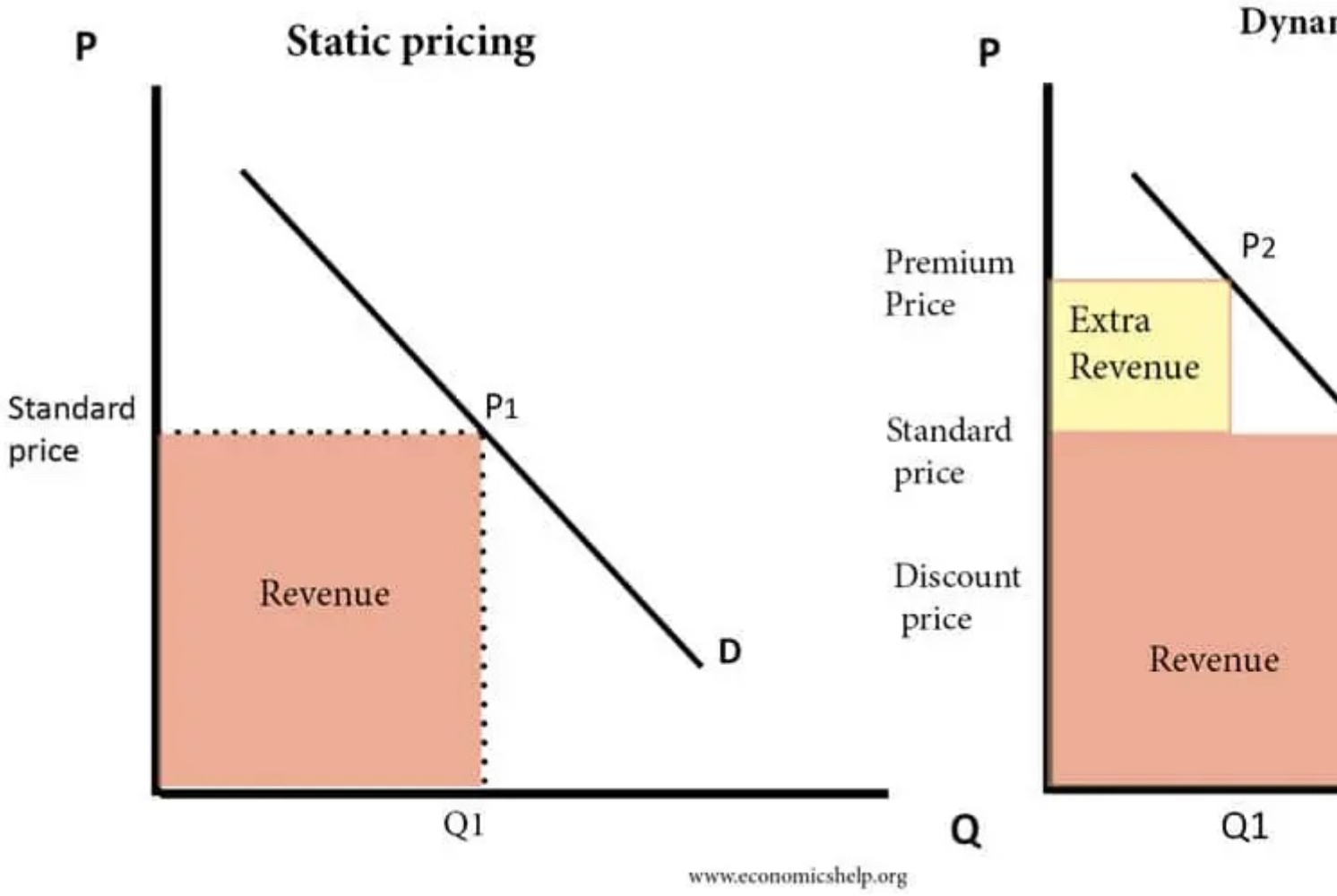
Beschrijving

Dit weekend is het Oktoberfest in Beieren weer van start gegaan. Tot en met zondag 1 oktober zal het grootste bierfestival in de wereld worden bezocht door meer dan vijf miljoen mensen. Traditiegetrouw wordt het bier alleen geserveerd in een zogenaamde MaÃ?, een bierglas met de inhoud van een liter. In de afgelopen 100 jaar is de prijs voor een glas bier vrijwel voortdurend sterker gestegen dan het bredere inflatiecijfer. Gedurende de coronapandemie was er geen Oktoberfest, maar daarna zorgden stijgende prijzen van gerst, energie en glas voor sterk stijgende bierprijzen. Wel zit er steeds meer verschil tussen de laagste bierprijs en de hoogste bierprijs op het Oktoberfest. Dat is een fenomeen dat we ook in andere delen van de economie steeds vaker terugzien.


Bierprijzen Oktoberfest & infl
Bierprijs
Inflatie Duitsland
16
14
12
10
8
6
4
2
0
1925
1935
1945
1955
1965
1975

Happy hour

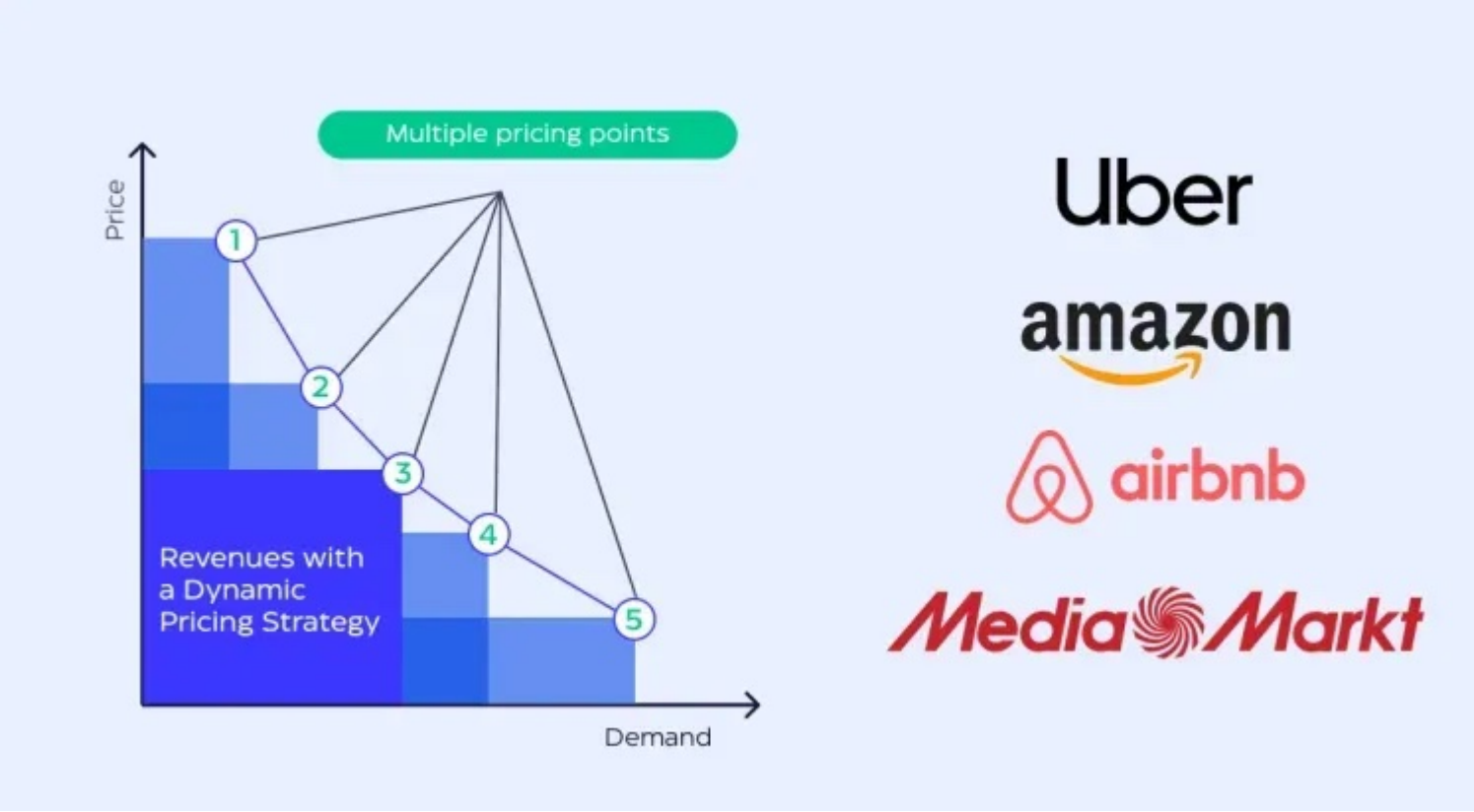
Iedereen is wel bekend met het fenomeen â??happy hourâ??, een korte periode waarin een cafÃ© drank tegen een veel lagere prijs dan normaal verkoopt. Dit wordt vooral gebruikt om klanten te trekken tijdens de minder drukke uren, vaak voor de grote drukte uit. Nederland zou Nederland niet zijn als hiertegen bezwaren zijn. Sommigen eisten in het verleden zelfs een verbod op het fenomeen â??happy hourâ??. Dit zou het alcoholgebruik onder jongeren bevorderen. Inmiddels is er een alcoholverbod voor jongeren. Op zich nuttig, want alcohol zorgt juist bij jongeren veel negatieve effecten. Door dit verbod zijn er tegenwoordig uitwassen waarbij er liters sterke drank illegaal worden genuttigd. Sindsdien is het aantal comazuipers bijvoorbeeld sterk toegenomen. Verder wordt er door het alcoholverbod tot wel een derde meer drugs gebruikt. Wanneer jongeren dan als student eindelijk alchohol mogen nuttigen, kan het alsnog fout gaan. Het opzoeken van de grenzen is immers een belangrijk onderdeel van de leerervaringen van jongeren. Jongeren kunnen daardoor impulsmatig gedrag beter controleren. Juist het verlies van deze controle speelt een rol bij alcoholverslaving op later leeftijd.



Dynamisch prijzen

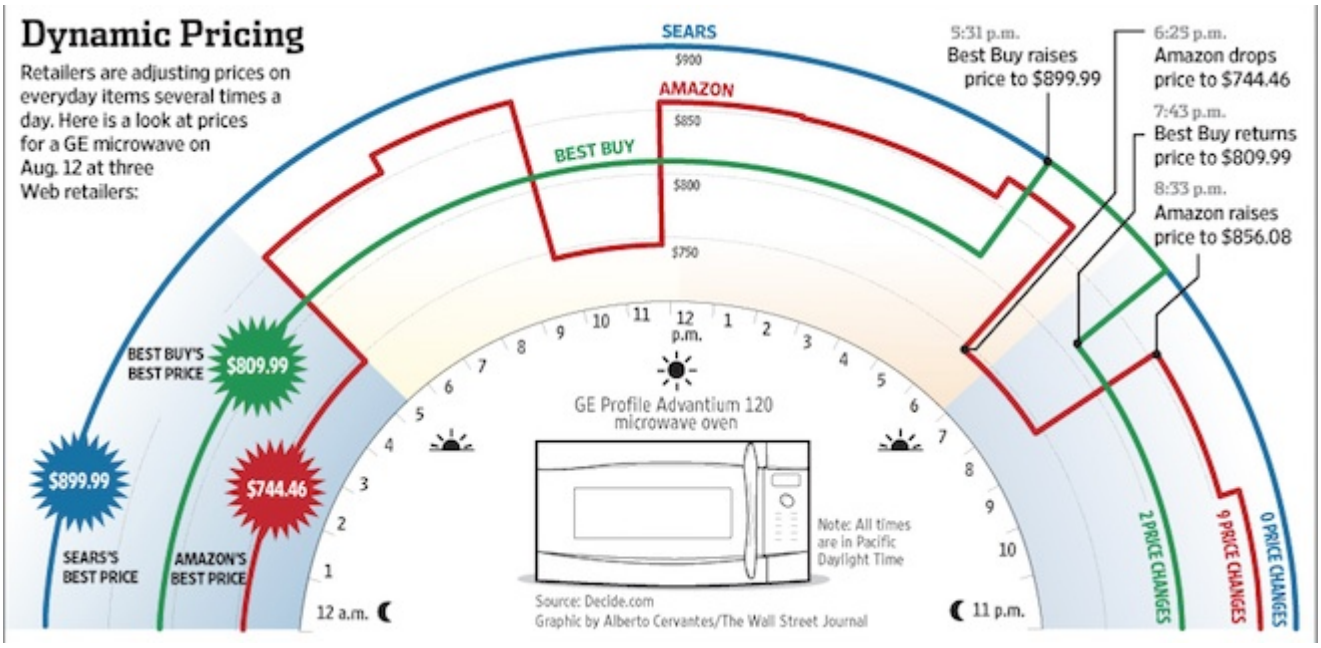
Dankzij de moderne techniek is het mogelijk om prijzen steeds vaker aan te passen. Wanneer er meer vraag is, stijgen de prijzen, om weer te dalen in rustige tijden. Dit heet dynamisch prijzen. Vliegtuigmaatschappijen doen dit al sinds 1983, daarvoor waren prijzen veel sterker gereguleerd. Ook

hotelkamers zijn duurder op het moment dat hotels in dat gebied vol bezet zijn. Verder is het natuurlijk heel gebruikelijk dat in het hoogseizoen de prijzen hoger liggen dan in het laagseizoen. Ook is er zoiets als de vroegboekkorting bij het boeken van vakanties. Dit zijn voor de consument redelijk voorspelbare prijsontwikkelingen. Het dynamisch prijzen wordt tegenwoordig juist veel minder voorspelbaar.



Kunstmatige intelligentie en prijzen

Bij het dynamisch prijzen wordt gebruik gemaakt van algoritmes en kunstmatige intelligentie met als enige doel om de omzet te optimaliseren. Amazon past de prijzen van haar producten elke tien minuten aan op basis van de vraag gebaseerd op miljoenen real-time datapunten. Dankzij de technologie kost het aanpassen van de prijzen nauwelijks moeite en door real-time het effect te meten, kan de omzet verder worden geoptimaliseerd. Soms zijn er ethische bezwaren tegen dynamisch prijzen. Zo stegen de prijzen van een Uber in Londen sterk na de aanslagen op London Bridge in juni 2017. Ook de prijzen van concerten kunnen sterk in prijs fluctueren. Nu worden die kaartjes vaak gekocht door andere concertgangers die zoâ??n extra kaartje met winst kunnen verkopen, maar met behulp van dynamisch prijzen zou Ticketmaster of Mojo per saldo veel hogere prijzen kunnen vragen voor concerten. Indien een bedrijf een stevige marktpositie komt de vraag op of er sprake is van misbruik van marktmacht. En we komen tegenwoordig om in de impliciete monopolies en oligopolies. Als overigens de hogere opbrengst van concertkaartjes ten goede komt aan de artiest, dan kunnen veel fans daar mee leven.



Dynamisch prijzen verstoort concurrentiepositie

Zelfs op de energiemarkt is er tegenwoordig sprake van dynamisch prijzen. Natuurlijk was er altijd al niet Ã©Ã©n olieprijs, maar die prijs hing vooral samen met de kwaliteit van een bepaalde soort olie. Vervoersproblemen kunnen er voor zorgen dat die olieprijzen ook sterk uiteen gaan lopen. Dat zagen we enkele jaren terug toen er in de Verenigde Staten onvoldoende pijpleidingen waren om alle extra olie te vervoeren. De prijs voor een vat Brent (genoemd naar een veld op de Noordzee dat inmiddels is gesloten) steeg veel sterker dan een vat WTI (West Texas Intermediate). Na de inval in de OekraÃ¯ne zijn de verschillen nog groter geworden. China en India betalen tot wel 30 procent minder voor olie dan bijvoorbeeld Europa, met grote gevolgen op de concurrentiepositie tot gevolg. Wie de Europese export ziet krimpen, zal ook zien dat de krimp vooral zit in de metaal en de chemie, twee energie-intensieve bedrijfstakken. Als Europa in de toekomst een heffing wil invoeren op producten van deze â??fossiele bedrijfstakkenâ?? zal al snel duidelijk worden dat er in Europa geen â??schoneâ?? productiecapaciteit meer over is. Veel succes.

Nivellerend effect van dynamisch prijzen

Dynamisch prijzen is niet nieuw. In het verleden onderhandelden koper en verkoper over de prijs, iets wat in veel minder ontwikkelde landen nog steeds dagelijks wordt gedaan. Daar betaalt de toerist (uiteraard) een hogere prijs dan de lokale bevolking. Etnisch profileren bij dynamisch prijzen is daar ook aan de orde van de dag. Natuurlijk betaalt de witte man van middelbare leeftijd daar de hoofdprijs. Feitelijk heeft deze vorm van prijsvorming een sterk nivellerend karakter. De verkoper maakt een inschatting van wat de koper zou kunnen betalen en dat hang natuurlijk sterk samen met het inkomen en het vermogen. Hetzelfde doen sommige landen tegenwoordig ook bij verkeersboetes, die zijn

afhankelijk van het inkomen van de hardrijder.

Hogere inflatie door dynamisch prijzen

In de 19e eeuw zaten er aan de introductie van vaste prijzen enkele voordelen. Allereerst hoefde personeel niet meer getraind te worden in het onderhandelen over de prijs. Daardoor konden bedrijven sneller en sterker groeien. Bovendien zorgde deze transparantie ook voor meer vertrouwen bij consumenten, iets wat met veel gebruik van dynamisch prijzen juist verloren kan gaan. Dynamisch prijzen heeft er waarschijnlijk ook voor gezorgd dat de inflatie in de afgelopen jaren veel sterker is opgelopen dan verwacht. Veel bedrijven verhogen hun prijzen simpelweg omdat het kan. Op het moment dat de consument geen andere keuze heeft of omdat de consument (bijvoorbeeld door Corona) opeens meer te besteden heeft, zien de kunstmatige intelligente algoritmes dit meteen. Dat lijkt natuurlijk marktwerking in optima forma, maar helaas is het ook de manier om misbruik te maken van marktmacht. Kijk alleen maar naar de marktmacht van de bedrijven in de supermarkt. Die marktmacht is dankzij bijvoorbeeld disruptieve innovatie (met als gevolg feitelijke monopolisten) in de afgelopen jaren sterk toegenomen. Oh ja, en die stijgende bierprijs? Het Oktoberfest is een ideale markt voor dynamisch prijzen: een Beiers monopolie met een verslavend product, waarbij de onderhandelingspositie van de consument afneemt bij stijgende consumptie.

Han Dieperink, Chief Investment Strategist

Disclaimer