

OLIEJUNKIES

GERT PEERSMAN (Column verschenen in De Standaard op 3/11/2015)

Als je naar de evolutie van de olieprijs kijkt, dan lijkt die op een duizelingwekkende achtbaan. In 2005 kostte een vat ruwe olie 40 dollar. Drie jaar later was dat ruim 140 dollar, nog eens zes maanden later amper 30 dollar. In 2011 steeg de olieprijs opnieuw richting 120 dollar, om sinds de zomer van 2014 weer te kelderen naar 40 à 50 dollar per vat.

Wat is er gaande? Om de lage koers te verklaren, wordt er vaak verwezen naar een overaanbod van olieproducerende landen, gecombineerd met een slabakkende vraag door de mondiale economische malaise. Maar er is meer aan de hand. In het verleden hebben we geregeld zulke perioden van overaanbod en vraagdalingen gekend, uitgedrukt in aantal vaten waren die zelfs vele malen spectaculairder dan vandaag. Maar dat heeft zich verhoudingsgewijs nooit in dergelijke prijsveranderingen vertaald.

De grillige dynamiek van de oliemarkt is een thema dat ik met enkele doctoraatsstudenten de voorbije jaren heb bestudeerd. Uit ons onderzoek blijkt dat de wispelturige olieprijs het gevolg is van een fundamentele gedragswijziging bij zowel producenten als consumenten. Beide partijen reageren nog nauwelijks op prijsprikkels, waardoor er geen stabiliserende marktwerking meer is.

Olieproducenten gedroegen zich vroeger zoals een doorsnee-onderneming. Als de vraag naar olie daalt, zoals tijdens een recessie, dan begint de olieprijs te zakken. Als reactie op die dalende prijzen en dito winstopportunities pompten de olieproducenten toen minder olie naar boven, waardoor automatisch ook het olieaanbod verminderde. Handig, want door dat ingeperkte aanbod was er opnieuw relatieve schaarste en bleef de prijsdaling finaal binnen de perken.

Omgekeerd, in perioden van hoogconjunctuur en stijgende olieprijsen draaiden de met elkaar concurrerende individuele producenten de oliekraan systematisch verder open om hun graantje mee te kunnen pikken, waardoor op zijn beurt de prijsstijging beperkt bleef. Er was toen voldoende onbenutte olieboorcapaciteit om dat beleid mogelijk te maken. Een bescheiden prijswijziging volstond met andere woorden om het pompedrag van olieproducenten te veranderen. Hoe meer het volume zich aanpast, hoe milder de uiteindelijke prijsschommelingen.

Vandaag reageren olieproducenten nog amper op prijswijzigingen. Of er nu veel of weinig vraag is, de olieprijsen hoog of laag zijn, alle oliekranen staan wijd open. Als de vraag dan toeneemt omdat de economie beter draait, kunnen producenten geen extra olievaten meer oppompen, en schieten de prijzen pijlsnel de hoogte in. Is er daarentegen een daling van de vraag, dan ontstaat er een overaanbod, en keldert de olieprijs omdat er nergens kranen worden dichtgedraaid.

Een gelijkaardige gedragswijziging heeft plaatsgevonden bij de consumenten. Toen de olieprijs in het verleden steeg, bijvoorbeeld door een sputterende oliekraan of een conflict in het Midden-Oosten, pasten we ons aan door minder olie te consumeren. Denk maar aan de autoloze zondagen in de jaren 70. We stapten ook over naar andere bronnen van energie, zoals gas. Doordat we ons gedrag aanpasten, verminderde bijgevolg de olievraag, wat op zijn beurt de prijsstijging temperde. Ook prijsdalingen waren gelimiteerd, omdat we dan systematisch meer olie gingen consumeren.

Vandaag leiden olieprijswijzigingen nog nauwelijks tot een gedragswijziging bij consumenten. Terwijl we vroeger bij een prijsstijging van 10 procent onze olieconsumptie met 5 procent terugschroefden, is dat nu nog met amper 1 procent. We kunnen bij prijsstijgingen simpelweg niet meer overstappen van olie naar andere bronnen van energie, omdat we dat in het verleden al op grote schaal hebben gedaan. De olie die we nog consumeren (voornamelijk transport) hebben we nodig, wat ook de prijs is die we ervoor moeten betalen. Bovendien spoort ook de bedrijfstankkaart van vele chauffeurs niet aan om de wagen eens in de garage te laten staan. Het resultaat is dat olieprijsen door het dak gaan als er om de een of andere reden schaarste is, en dat ze duikelen wanneer er voldoende aanbod is.

Zolang producenten en consumenten niet fundamenteel veranderen, zal de olieprijs zich blijven gedragen als een karretje op een roetsjbaan. Trekt de economie aan, of sputtert er ergens een oliekraan, dan kan de prijs makkelijk verdrievoudigen. Vertraagt de economie, of neemt het aanbod toe, dan kan de olieprijs in een mum van tijd halveren. *Fasten your seatbelts.*