

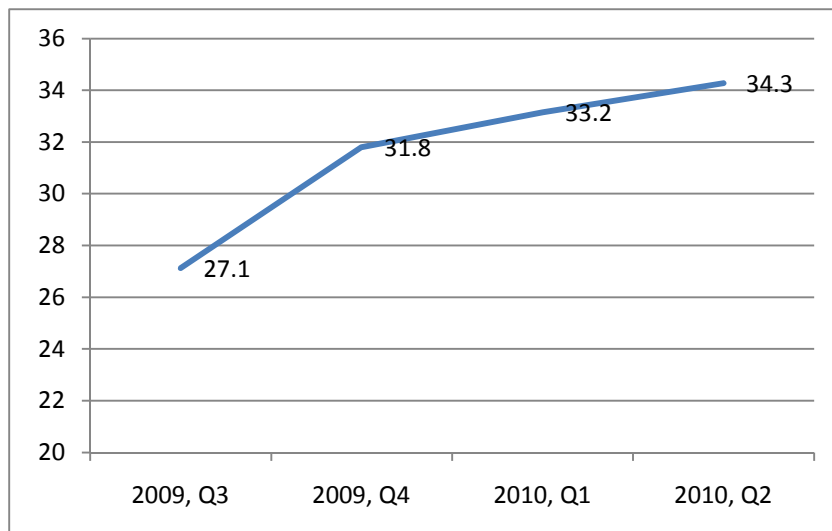
Resultaten TILCOM 2010, tweede kwartaal

Ontwikkelingen in Ecomotion-index in de richting van stilstand.

De Ecomotion-index geeft het netto-verschil aan tussen de positieve en negatieve emoties die consumenten ervaren bij de gedachte aan de eigen toekomstige economische situatie. De index vergelijkt hoe optimistisch, blij, zeker, en ontspannen mensen zich voelen wanneer zij denken aan hun toekomstige financiële situatie met hoe pessimistisch, onzeker, bedreefd en bezorgd ze zich voelen. Een waarde van -100 in de Ecomotion-index weerspiegelt dat de consument alleen negatieve en geen positieve emoties ervaart bij de gedachte aan de eigen financiële toekomst. Aan de andere kant geeft een waarde van 100 aan dat de consument uitsluitend positieve gevoelens en geen negatieve emoties ervaart bij de gedachte aan de eigen financiële toekomst.

De Ecomotion-index ligt in het tweede kwartaal van 2010 op 34,3. Minder dan een kwart van de Nederlanders scoort negatief op de index (24,7%); dit was in maart 2010 nog 25,9%. Daarmee stijgt de index voor de derde maal op rij. Wel is er sprake van een afzwakking in de toename (zie figuur 1). De toename is niet significant, statistisch is er dus sprake van stilstand.

Figuur 1: Ecomotion-index



Economisch vertrouwen: vooral in eigen huishouden, daarna in Nederland en de wereld

Consumenten is gevraagd de wereldeconomie, de nationale economie en hun eigen financiële situatie van de afgelopen 12 maanden te evalueren en aan te geven hoe zij denken over hun toekomst (de komende 12 maanden)¹. Ook is aan de consumenten gevraagd wat de kans is dat zij (of iemand in hun huishouden) in de komende twaalf maanden een aankoop zal doen in de verschillende productcategorieën. Allereerst zien we dat Nederlanders positiever zijn over hun eigen financiële situatie (2,78) dan over de Nederlandse economie (2,49)². Tegelijkertijd is men over de Nederlandse economie positiever dan over de wereldeconomie (2,35) (Tabel 1).

¹ Schaal: 1 = duidelijk slechter geworden; 2 = iets slechter geworden; 3 = ongewijzigd gebleven; 4 = iets beter geworden; 5 = duidelijk beter geworden.

² Gemiddelde van evaluatie verleden en toekomst.

Kijken we naar de ontwikkeling in het vertrouwen ten opzichte van het voorgaande kwartaal en een jaar geleden dan zien we vooral stilstand. Dat wil zeggen, de economie trekt aan maar in een ijsig langzaam tempo. Dat geldt ook voor de aankoopintenties voor duurzame goederen. Ten opzichte van het vorige kwartaal zijn de veranderingen marginaal. Alleen voor auto's zien we een substantiële stijging ten opzichte van vorige jaar (van 3,5% naar 8,1%). De plannen om grote aankopen zoals wasmachines, televisies en meubels te doen (apparatuur en interieur) is zelfs afgenomen in vergelijking met een jaar terug.

Tabel 1: Vertrouwen in economie en aankoopintenties

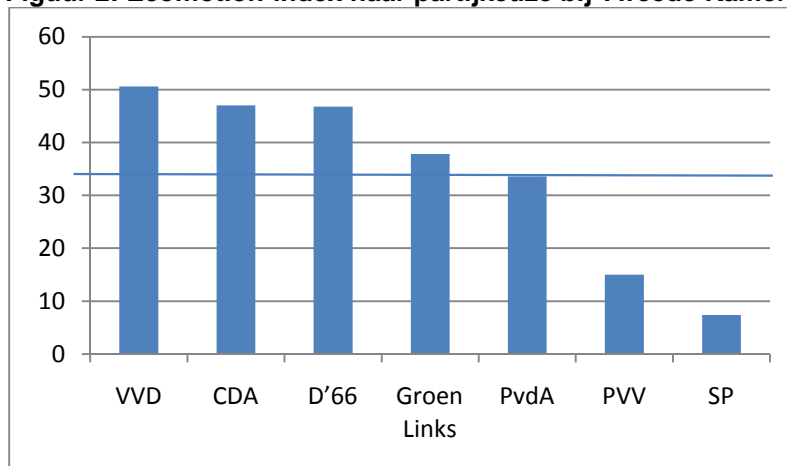
	Juni 2010	Verandering t.o.v. maart 2010	Verandering t.o.v. juni 2009
<i>Schaal 1-5:</i>			
Persoonlijk financiële situatie	2,78	-0,03	+0,09
Nederlandse economie	2,49	-0,02	+0,47
Wereldeconomie	2,35	*	
<i>Aankoopkans (komende 12 mnd):</i>			
Huis	4,8%	-0,3%	+0,4%
Auto's	8,1%	+0,2%	+4,7%
Apparatuur (wasmachine, tv)	19,6%	-0,2%	-1,3%
Interieur (meubels)	15,5%	-1,1%	-0,4%
Lange vakantie	50,5%	*	*
Korte vakantie	55,1%	*	*

* Vraag is in vorige meting niet of in een andere vorm gesteld, vergelijking niet mogelijk.

Ecomotion-index als graadmeter voor stemgedrag

De Ecomotion-index blijkt sterk gerelateerd aan de partijkeuze tijdens de Tweede Kamer Verkiezingen van 9 juni j.l. Er lijkt sprake van een driedeling (zie Figuur 2 en Tabel 2). Stemmers op VVD scoren het hoogst op de index (50,6), gevolgd door CDA (47,0) en D'66 (46,8). Stemmers op PvdA en Groen Links scoren ongeveer gemiddeld (33,6 en 37,8). Aan de andere kant scoort de achterban van de SP en PVV zeer laag op de index. De PVV-stemmers scoren gemiddeld 15,0 op de index en de SP is hekkensluiter met 7,4. Kijken we naar het verschil tussen PVV en SP-stemmers dan blijken SP'ers vooral minder blij en minder trots te zijn dan PVV-stemmers. Verder scoort 36,2% van de PVV-stemmers en 43,5% van de SP-stemmers negatief op de index: zij ervaren meer negatieve dan positieve emoties als ze aan hun eigen financiële situatie denken.

Figuur 2: Ecomotion-index naar partijkeuze bij Tweede Kamer Verkiezingen



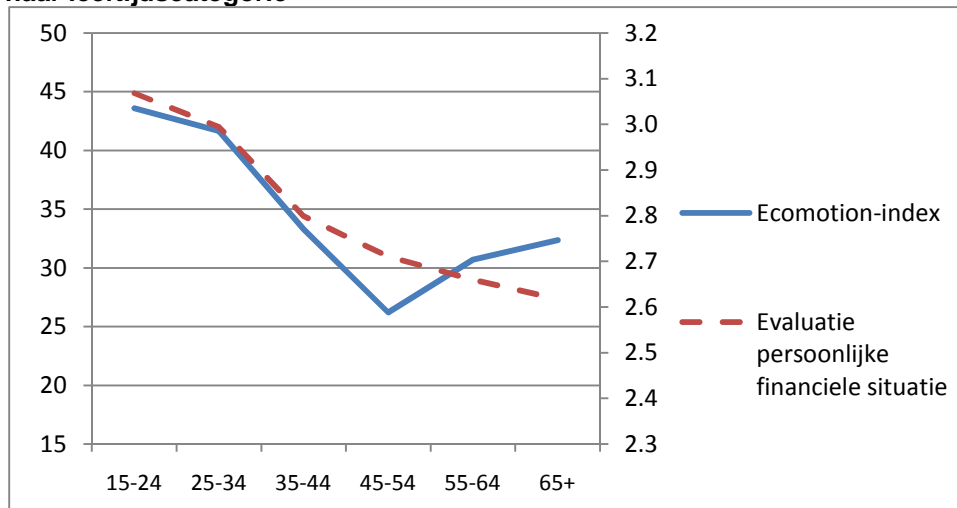
Deze verschillen zien we veel minder sterk terug als we Nederlanders vragen om een evaluatie van verleden en toekomst te geven wat betreft hun persoonlijke financiële situatie, de Nederlandse economie en de wereldeconomie. De rangorde tussen de partijen is wel ongeveer gelijk en er zijn verschillen, maar deze zijn veel minder groot dan voor de Ecomotion-index. VVD'ers scoren het hoogste wat betreft de persoonlijke financiële situatie (2,9), maar de SP zit hier als laagst scorende maar 0,3 punt vanaf (op een 5-puntsschaal). En de PvdA en PVV scoren beide 2,7, terwijl het verschil op de Ecomotion-index aanzienlijk is. Voor de Nederlandse economie en de wereldeconomie is het beeld soortgelijk. Opvallend genoeg zien we voor geen enkele partij een score boven 3 (geen verandering), de economische evaluaties neigen naar de negatieve kant onder alle politieke gezindten. Concluderend, kunnen we stellen dat stemmers van verschillende partijen de economische situatie wel iets anders evalueren, maar vooral sterk verschillen in de emoties die ze hierover hebben.

Tabel 2: Ecomotion-index en vertrouwen in economie naar partijkeuze

	Ecomotion-index	% negatieve score Ecomotion-index	Persoonlijke fin. situatie	Nationale economie	Wereld-economie
VVD	50,6	16,8%	2,9	2,7	2,5
PvdA	33,6	24,0%	2,7	2,4	2,3
PVV	15,0	36,2%	2,7	2,3	2,2
CDA	47,0	15,2%	2,8	2,5	2,4
SP	7,4	43,5%	2,6	2,3	2,2
D'66	46,8	15,4%	2,8	2,7	2,5
Groen Links	37,8	23,9%	2,8	2,5	2,4
Totaal	34,3	24,9%	2,78	2,49	2,358

Evaluatie persoonlijke financiële situatie en emoties daarover wijzen niet altijd in zelfde richting

Figuur 3: Ecomotion-index (linkeras) en evaluatie persoonlijke financiële situatie (rechteras) naar leeftijdscategorie



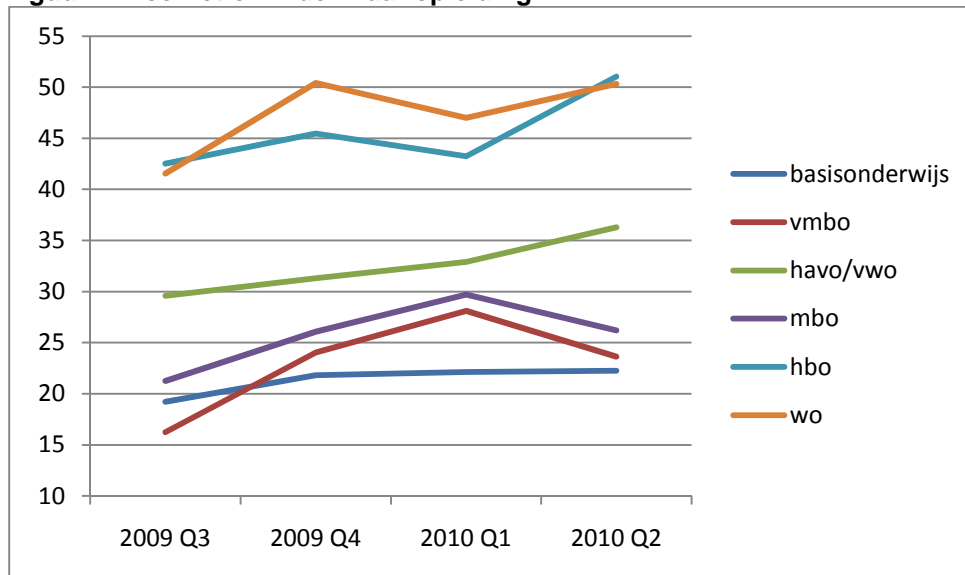
Dat de evaluaties van de persoonlijke financiële situatie en de emoties die men daarover heeft niet hetzelfde zijn zien we nog sterker terug als we beide kenmerken bekijken per leeftijdscategorie (Figuur 3). Jongeren evalueren hun persoonlijke financiële situatie het beste en dit neemt af naarmate men ouder wordt: de rode gestreepte lijn daalt ononderbroken. Voor de Ecomotion-index zien we een ander patroon. Ook hier scoren jongeren van 15-24 jaar het hoogst (zij ervaren de meeste positieve

en de minste negatieve gevoelens) en neemt de gemiddelde score af per leeftijdscategorie. De groep tussen 45 en 54 jaar scoort in termen van emoties echter het laagst van alle groepen. De blauwe ononderbroken lijn daalt eerst maar begint daarna weer te stijgen. Mensen boven 55 en 65 ervaren meer positieve en minder negatieve gevoelens dan de groep tussen 45 en 54 jaar. We zien dus dat naarmate men ouder wordt men de eigen situatie minder positief evalueert, maar men voelt zich er wel beter bij.

Lange-termijn ontwikkelingen: Ecomotion-index naar opleidingsachtergrond

Nu het project TILCOM een jaar bezig is raken we steeds beter in staat om ontwikkelingen over de tijd te observeren. In Figuur 4 is de Ecomotion-index afgezet voor verschillende opleidingsgroepen. HBO'ers en WO'ers scoren het hoogst (rond de 50) en kruipen steeds dichters naar elkaar toe gedurende het jaar; HBO'ers scoren op dit moment (juni 2010) zelfs iets hoger dan WO'ers. Ook de laagopgeleide groepen (basisonderwijs, VMBO en MBO) bewegen naar elkaar toe (score rond 25). HAVO/VWO'ers nemen een middenpositie in. Wat opvalt is dat hoogopgeleiden het afgelopen kwartaal stegen op de Ecomotion-index, terwijl laagopgeleiden daalden. De gevoelens over de economie wijzen dus niet voor alle groepen in dezelfde richting.

Figuur 4: Ecomotion-index naar opleiding



Achtergrond

De resultaten in dit rapport zijn verkregen middels een online vragenlijst in het LISS panel van CentERdata. Deze vragenlijst werd ingevuld door 2.335 Nederlanders.

Periode van dataverzameling: 1 - 30 June 2010

Steekproef	2.335 LISS panelleden van 16 jaar en ouder
Dataverzamelingsmethode	Internetvragenlijst
Veldwerkorganisatie	CentERdata
Responspercentage	61%
	De panelleden die niet respondeerden werden tweemaal per e-mail verzocht de vragenlijst alsnog in te vullen

Omschrijving steekproef:

Geslacht	46% man 54% vrouw
Leeftijd	11% 16 - 24 jaar 12% 25 - 34 jaar 17% 35 - 44 jaar 19% 45 - 54 jaar 23% 55 - 64 jaar 19% 65 jaar en ouder
Opleiding	10% basisschool 27 % vmbo 12% havo/vwo 22% mbo 22% hbo 7% universiteit
Inkomen (bruto per maand)	28% €1000 of minder 11% €1001-€1500 10% €1501-€2000 14% €2001-€2500 39% meer dan €2501

Over Tilcom

Tilcom is een longitudinale studie onder een representatieve steekproef van de Nederlandse consumenten over hun percepties met betrekking tot economische ontwikkelingen ten aanzien van Nederland en hun eigen huishouden, hun gevoelens ten aanzien van deze ontwikkelingen en hun consumptieplannen en –gedrag. De respondenten zijn deelnemers aan het LISS-panel dat bestaat uit ongeveer 5.000 huishoudens (8.000 mensen) die regelmatig wetenschappelijke vragenlijsten invullen. Het LISS-panel is een goede afspiegeling van de Nederlandssprekende bevolking. Deelnemers worden aselekt getrokken uit bevolkingsregisters. Huishoudens die geen toegang hebben tot internet, ontvangen een Sim-PC en internetaansluiting van CentERdata.

De vragenlijst voor dit onderzoek is in juni 2010 voor de vierde maal afgenomen en wordt ieder kwartaal herhaald. Het onderzoek wordt uitgevoerd door Tiber (Tilburg Institute for Behavioral Economic Research) in samenwerking met CentERdata en de Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen van de Universiteit van Tilburg.

Over CentERdata

CentERdata is een hoogwaardig onderzoeksinstituut, gevestigd op de campus van de Universiteit van Tilburg. Expertise: (panel)data verzamelen, analyseren en ter beschikking stellen aan wetenschappelijk onderzoekers. CentERdata heeft ook een onderzoeksprogramma om panelonderzoek en modelontwikkeling te optimaliseren.

Bezoek CentERdata op: www.centerdata.nl

Over Tiber

Tiber is het 'Tilburg Institute for Behavioral Economics Research' van de Universiteit van Tilburg. Het onderzoeksinstituut besteedt aandacht aan het bestuderen van de psychologische processen die ten grondslag liggen aan individuele keuze en economische besluitvorming vanuit een interdisciplinair perspectief. Tiber brengt economen, psychologen en onderzoekers op het terrein van marketing samen in haar onderzoeksprojecten.

Bezoek Tiber op: <http://www.tilburguniversity.nl/tiber>