

Resultaten Onderzoek TILCOM

December 2011 (vierde kwartaal)

Veel resultaten van de Tilburg Consumer Outlook Monitor van december 2011 zijn gebaseerd op de Ecomotion-index (de zogenaamde emotiebarometer). In **Box 1** wordt deze index toegelicht. Aan het einde van het document staat een onderzoeksverantwoording

Box 1: De Ecomotion-index

De **Ecomotion-index** geeft het nettoverschil aan tussen de positieve en negatieve emoties die consumenten ervaren als zij denken aan hun financiële toekomst in de komende 12 maanden. Een waarde van -100 weerspiegelt dat de consument alleen negatieve en geen positieve emoties ervaart bij de gedachte aan de eigen financiële toekomst, bij een waarde van 100 ervaart de consument uitsluitend positieve en geen negatieve emoties.

Om de Ecomotion-index te kunnen berekenen, wordt aan iedere consument gevraagd in hoeverre hij een bepaalde emotie ervaart als hij denkt aan de financiële toekomst van zijn huishouden, op een schaal van 1 tot 7 (1: helemaal niet – 7: uiterst). Dit wordt de consument voor 12 verschillende emoties gevraagd. De volgorde van de verschillende emoties wordt gevarieerd tussen de verschillende respondenten.

De index wordt als volgt berekend:

$$\text{Ecomotion-index} = ((\text{emop} - 1) - (\text{emon} - 1)) / ((\text{emop} - 1) + (\text{emon} - 1)) * 100.$$

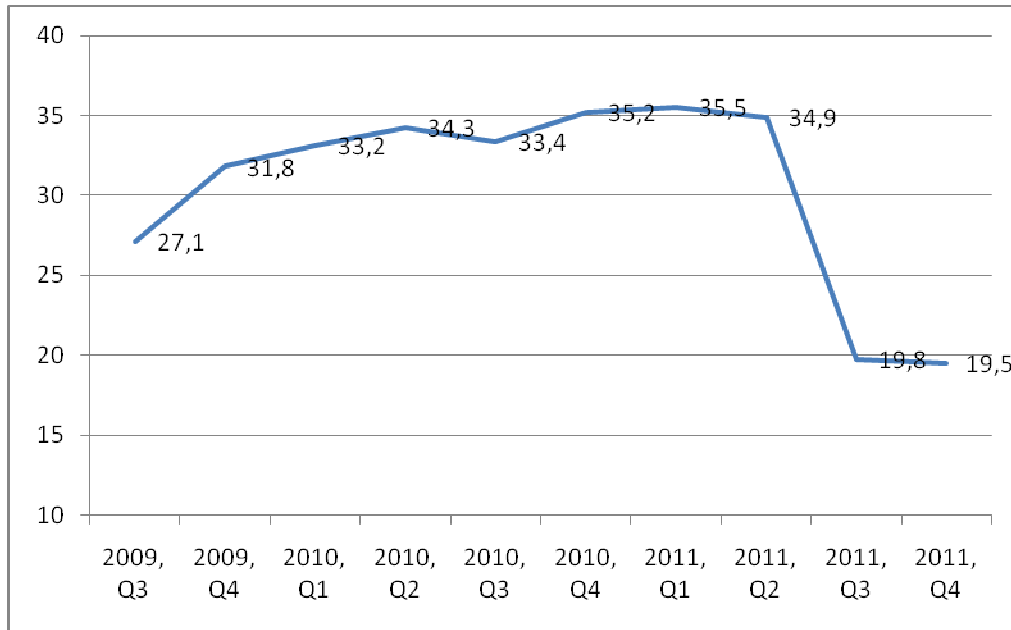
emop = gemiddelde score op de positieve emoties

emon = gemiddelde score op de negatieve emoties

Ieder kwartaal wordt de Ecomotion-index per consument berekend en vervolgens wordt de gemiddelde score voor Nederland vastgesteld. Ook berekenen we het percentage Nederlanders dat negatief scoort op de index.

Resultaten december 2011 (kwartaal 4)

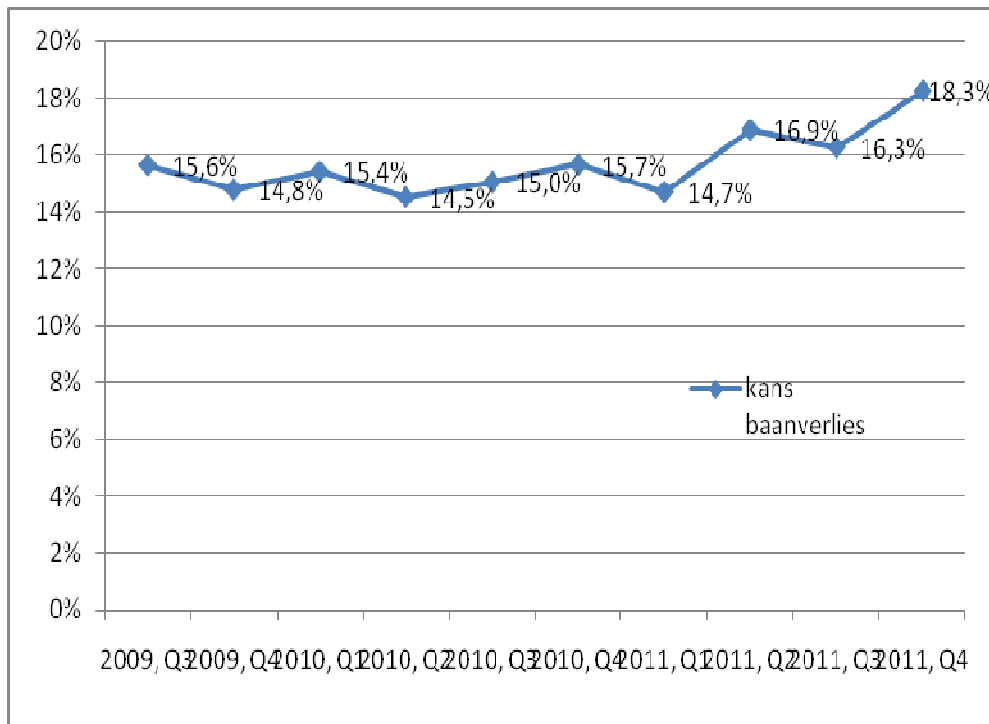
Figuur 1: Ecomotion-index



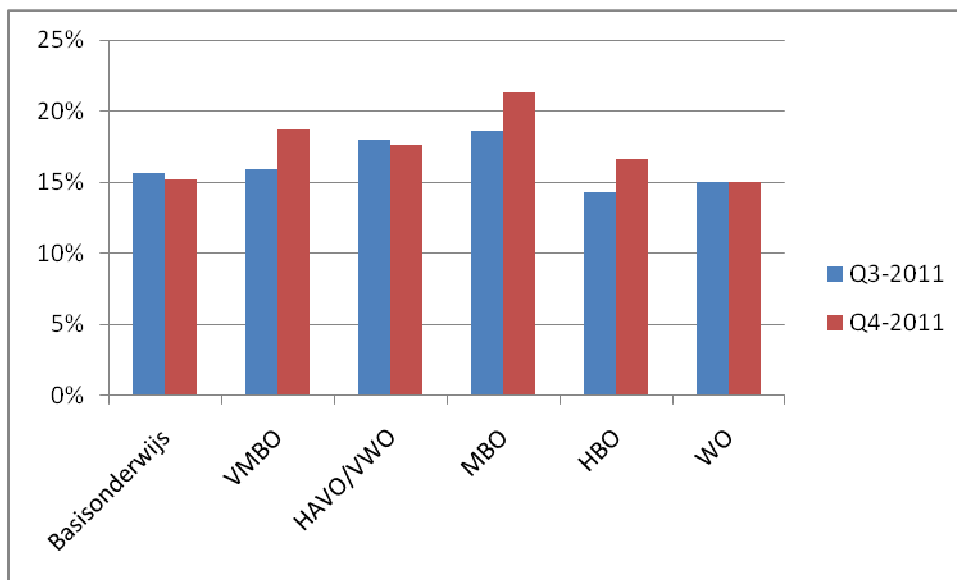
De Ecomotion-index is uitgekomen op 19,5 in het vierde kwartaal van 2011 (**Figuur 1**). Dit houdt in dat Nederlanders gemiddeld meer positieve dan negatieve gevoelens ervaren als ze denken aan hun financiële toekomst (index groter dan 0), bijna 20% meer positief dan negatief. De index lag ongeveer op het zelfde niveau als in het derde kwartaal (september). Sinds september 2011 is er sprake van een flinke dip in consumentenemoties. Waar de index begin 2011 en eind 2010 nog rond 35 lag, is deze in de tweede helft van 2011 teruggezakt onder 20. De dip wordt met name gekenmerkt door een toename van de emoties bezorgdheid en boosheid en een afname van optimisme en vrolijkheid.

Ongeveer één op de drie Nederlanders (32%) scoort negatief op de index, zij ervaren meer negatieve dan positieve emoties als zij denken aan hun financiële toekomst. In september lag dit percentage ongeveer op hetzelfde niveau (33%), maar een jaar geleden substantieel lager (24%).

Figuur 2: Kans op baanverlies in de komende 12 maanden



Figuur 3: Kans op baanverlies in de komende 12 maanden naar opleiding

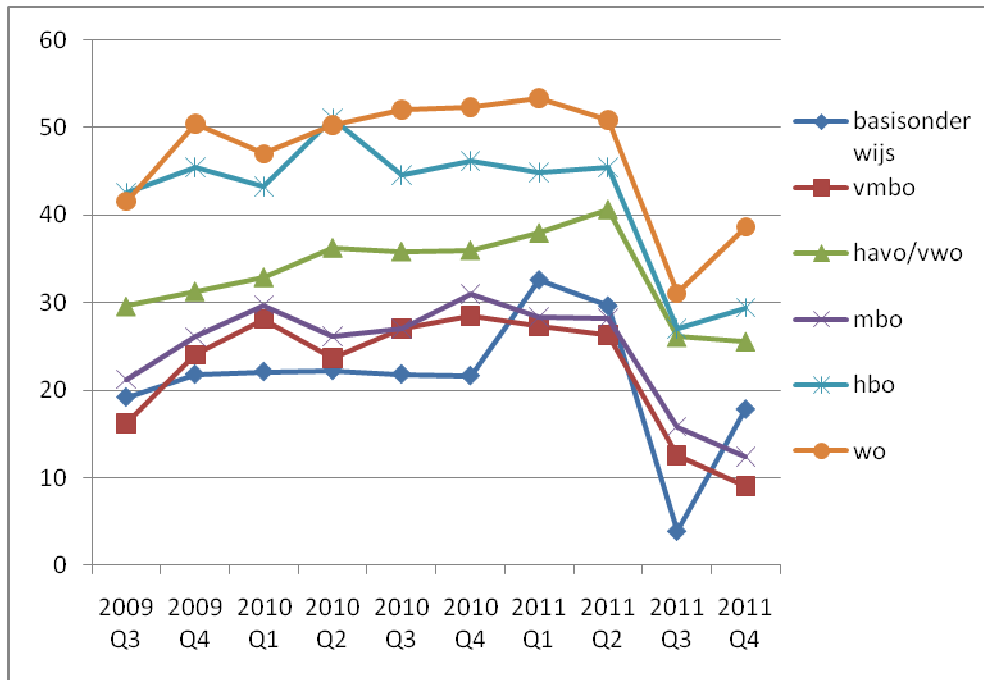


Met het voortduren van de recessie zien we ook de kans op baanverlies substantieel toenemen. Werkende Nederlanders schatten de kans op baanverlies in 2012 in op 18%, dat was een kwartaal geleden nog 16% (**Figuur 2**).

Ook de daadwerkelijke werkloosheid is sinds de zomer van 2011 opgelopen en bedroeg in november 2011 4,9% (Bron: Eurostat). Dit is nog altijd een relatief laag percentage. In 1995, ten tijde van de voorgaande crisis, lag het boven 7%. Gemiddeld ligt de werkloosheid in de eurozone rond 10%. Maar gezien de meest recente inschattingen van werknemers, zou de Nederlandse werkloosheid nog wel eens verder kunnen oplopen in 2012.

De kans op baanverlies verschilt naar opleidingsniveau (**Figuur 3**). Voor Nederlanders met een MBO- of HBO-opleiding is de kans op baanverlies het sterkst gestegen, met bijna 3%. MBO-ers schatten de kans op baanverlies voor 2012 in op 21%, het hoogst van alle opleidingsniveaus. Voor VMBO-ers ligt dit percentage op 19%. WO-ers zijn met een baanverlies van 15% voor 2012 het meest optimistisch over hun baan zekerheid. In tegenstelling tot opleiding, verschilt de kans op baanverlies niet veel tussen leeftijdsgroepen. De jongste leeftijdsgroep, onder 25 jaar, schat de kans op baanverlies hoger in (25%) dan gemiddeld, maar de overige leeftijdsgroepen verschillen onderling nauwelijks.

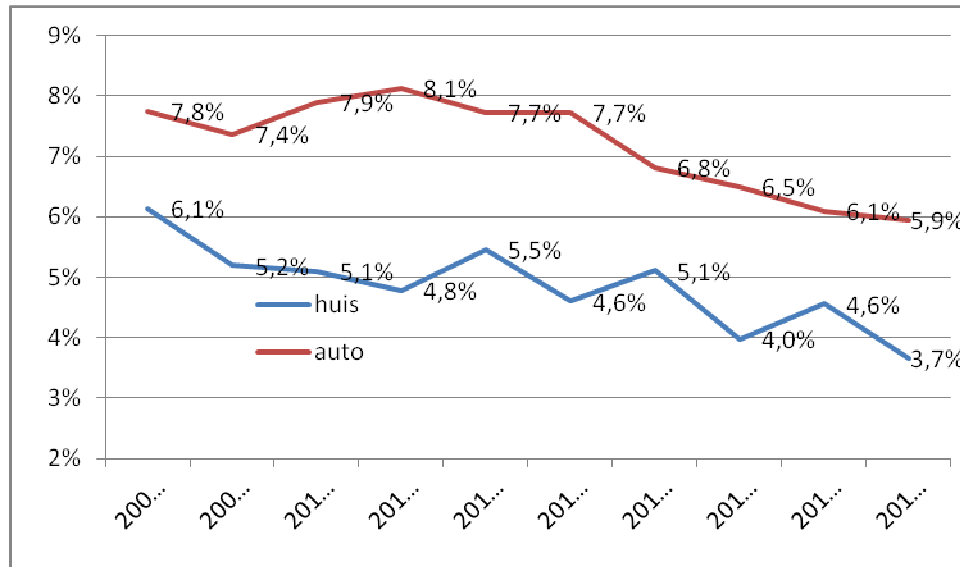
Figuur 4: Ecomotion-index naar opleiding



Bij uitsplitsing van de Ecomotion-index naar opleidingsniveau (**Figuur 4**) valt op dat voor MBO-ers en VMBO-ers de index het sterkst is gedaald. Deze groepen lieten ook de grootste stijging in de kans op baanverlies zien. VMBO-ers zijn het minst positief gestemd over hun financiële toekomst voor 2012 (index = 9,0), gevolgd door MBO-ers (index =12,4).

Hoogopgeleiden zijn net als in alle voorgaande kwartalen het meest optimistisch over de financiële toekomst van het eigen huishouden. Het verschil tussen hoogopgeleiden en laag- en middelbaar opgeleiden is sinds eind 2009 iets groter geworden. Zowel HBO-ers als WO-ers lieten een scherpe daling zien in de index in september (het derde kwartaal), maar hun stemming is sindsdien weer licht verbeterd. HBO-ers scoren gemiddeld 29,4 op de Ecomotion-index, WO-ers 38,6.

Figuur 5: Wat is de kans dat (iemand in) uw huishouden een huis/ auto zal kopen in de komende 12 maanden?



De ontwikkelingen in de Ecomotion-index komen terug in de aankoopplannen van Nederlandse huishoudens, bijvoorbeeld voor huizen en auto's (**Figuur 5**). De aankoopplannen voor auto's dalen al anderhalf jaar (vanaf tweede kwartaal 2010) iedere meting. Gemiddeld schatten Nederlanders de kans om een auto aan te schaffen in 2012 in op 5,9%, dat was voor 2011 nog 7,7%. Ook het aantal gerealiseerde autoaankopen liet een daling zien. In 2011 kocht 8,9% van de Nederlanders een auto, in 2010 was dat nog 10,7%¹. Het aantal gekochte auto's ligt substantieel hoger dan het aantal geplande autoaankopen, dit kan samenhangen met ongeplande vervangingsaankopen.

Nederlandse huishoudens schatten de kans om een huis te kopen in de komende 12 maanden op 3,7%. Dit is lager dan een kwartaal geleden (4,6%) en ook lager dan in het vierde kwartaal van 2010 (4,6%). Het lijkt er niet op dat de verlaging van de overdrachtsbelasting de huizenmarkt heeft kunnen stimuleren. De aankoopplannen lagen nog nooit op een zo laag niveau. Over 2011 kocht 4,4% van de Nederlanders een huis, dat was in 2010 nog 5,2%¹.

Ook voor de meeste andere productcategorieën zien we een teruggang in aankoopplannen en toenemende intenties om te bezuinigen. Daarbij valt vooral op dat Nederlanders wel gewoon op vakantie gaan: net als in 2011 is 52% van plan in 2012 op een lange vakantie, van minstens zeven aaneengesloten dagen, te gaan. Het percentage Nederlanders dat van plan is om een korte vakantie te houden is wel iets gezakt (64% tegen 61% in 2011).

¹ Omdat de aankoop van een auto of huis in het algemeen op huishoudniveau plaatsvindt en dus door meer dan één persoon tegelijkertijd kan worden gedaan, kunnen op basis van deze percentages geen uitspraken worden gedaan over het totaal aantal verkopen/transacties in Nederland.

Onderzoeksverantwoording

Periode van dataverzameling: 5 -28 december 2011

| | |
|------------------------|--|
| Steekproef | 2.544 LISS panelleden van 16 jaar en ouder |
| Dataverzamelingmethode | Internetvragenlijst |
| Veldwerkorganisatie | CentERdata |
| Responspercentage | 68,1% |
| Panel | De panelleden die niet repondeerden werden tweemaal per e-mail verzocht de vragenlijst alsnog in te vullen www.lisspanel.nl |

Omschrijving steekproef:

| | |
|---------------------------|---|
| Geslacht | 49% man 51% vrouw |
| Leeftijd | 9% 16 - 24 jaar 10% 25 - 34 jaar 15% 35 - 44 jaar 18% 45 - 54 jaar 23% 55 - 64 jaar 24% 65 jaar en ouder |
| Opleiding | 9% basisschool 26 % vmbo 11% havo/vwo 24% mbo 22% hbo 8% universiteit |
| Inkomen (bruto per maand) | 26% €1000 of minder 10% €1001-€1500 12% €1501-€2000 15% €2001-€2500 37% meer dan €2500 |