

6. Achtergronden bij recordhoogte consumentenvertrouwen

In januari 2000 heeft de index van het consumentenvertrouwen de hoogste waarde bereikt in de vijftiende jaar dat het CBS dit cijfer meet. De sterke toename in het consumentenvertrouwen in de afgelopen jaren is niet bij alle groepen huishoudens even sterk geweest. Vooral verschillen in arbeidsmarktkansen lijken een belangrijke factor bij het uiteenlopen van de stijging van het consumentenvertrouwen te zijn.

6.1 Mannen en vrouwen

In het vierde kwartaal van 1999 ligt het consumentenvertrouwen van vrouwen 20 punten hoger dan in het vierde kwartaal van 1995. In dezelfde periode is dat van mannen met 13 punten gestegen. Dit verschil in ontwikkeling komt met name doordat het oordeel over het economisch klimaat bij vrouwen sterker verbeterd dan bij mannen. De verandering van de koopbereidheid is bij beide seksen ongeveer even groot.

Mogelijk zijn de verruimde kansen van vrouwen op de arbeidsmarkt een verklarende factor. De afgelopen jaren is de arbeidsparticipatie van vrouwen snel gestegen. In 1995 had 44% van de vrouwen een betaalde baan van 12 uur of meer per week. In 1999 is dat opgelopen tot 51%. Bij mannen is de participatiegraad in dezelfde periode gestegen van 72% naar 76%.

Door het verschil in ontwikkeling wordt het gat tussen het consumentenvertrouwen van mannen en vrouwen kleiner. Mannen zijn ook in 1999 nog altijd optimistischer dan vrouwen, maar het verschil is duidelijk verkleind. Dit geldt zowel voor het consumentenvertrouwen zelf als voor het oordeel over het economisch klimaat en de koopbereidheid.

6.2 Leeftijdscategorieën

Een indeling naar leeftijd laat zien dat tussen 1995 en 1999 het vertrouwen onder mensen jonger dan 45 jaar sterker is toegenomen dan dat onder ouderen. Bij 18 tot 24-jarigen is het consumentenvertrouwen het sterkst gestegen en bij de 65-plussers het minst. Zowel bij het oordeel over het economisch klimaat als bij de koopbereidheid is dit verschil zichtbaar.

Er lijkt op het eerste gezicht geen duidelijke relatie met de koopkrachtontwikkeling aanwezig. Volgens de Statistiek van de Statische Koopkracht (met gegevens tot en met 1998) is de koopkracht van 65-plussers de afgelopen jaren het sterkst gestegen en die van 25-minners het minst. Bij de statische koopkrachtontwikkelingen blijven veranderingen in persoonlijke omstandigheden ("dynamische" koopkrachteffecten) evenwel buiten beeld. Daarbij gaat het onder andere om werkloos raken of juist aan het werk komen, pensionering, echtscheiding en dergelijke. Uit de Onderwijsrekeningen blijkt dat jongeren de afgelopen jaren steeds vaker een bijbaantje hebben. Daardoor hebben ze meer te besteden, ondanks het feit dat de "statische" koopkracht per bijbaan niet veel gestegen is.

In het algemeen geldt voor het consumentenvertrouwen naar leeftijd: des te jonger, des te positiever, en omgekeerd: des te ouder, des te pessimistischer. Het uiteenlopen van de ontwikkelingen tussen 1995 en 1999 maakt het

verschil in vertrouwen tussen jongeren en ouderen alleen maar groter.

6.3 Opleidingsniveau

De ontwikkeling van het consumentenvertrouwen vertoont weinig verschil tussen de diverse opleidingsniveaus van de hoofdkostwinner. Zowel bij lager opgeleiden als bij middelbaar en hoger opgeleiden neemt het vertrouwen tussen 1995 en 1999 met zo'n 15 punten toe. Hierdoor blijft het niveauverschil van het vertrouwen tussen deze groepen intact. Des te hoger de opleiding, des te groter het vertrouwen.

De index van het consumentenvertrouwen

De index van het consumentenvertrouwen geeft aan in hoeverre huishoudens vinden dat het economisch gezien beter of slechter gaat. Het consumentenvertrouwen wordt bepaald op basis van de mening van huishoudens over het algemene economische klimaat en over de eigen koopbereidheid. Maandelijks worden hierover in het Consumenten Conjunctuur Onderzoek vijf vragen gesteld aan ongeveer duizend personen.

De ondervraagden kunnen vinden dat het beter gaat (de 'optimisten'), dat het slechter gaat (de 'pessimisten') of dat de situatie gelijk blijft. Als er evenveel optimistische als pessimistische consumenten zijn, heeft de index de waarde nul. Een waarde van tien betekent dat de optimisten een meerderheid van tien procent hebben ten opzichte van de pessimisten.

Twee van de vragen gaan over de economische situatie in het algemeen. Het CBS berekent uit de antwoorden hierop de indicator van het economisch klimaat. De overige drie vragen gaan over de financiële situatie van het eigen huishouden. Daaronder is ook de vraag of de tijd gunstig is voor aankopen van duurzame goederen. De antwoorden op deze drie vragen worden samengevat in de indicator van de koopbereidheid.

6.4 Huishoudensamenstelling

Wanneer wordt gekeken naar de samenstelling van het huishouden waartoe de deelnemers aan het Consumenten Conjunctuur Onderzoek behoren, dan blijkt vooral het vertrouwen van eenoudergezinnen bovengemiddeld te zijn toegenomen. Het vertrouwen van alleenstaande 65-plussers en van paren ouder dan 45 jaar zonder kinderen is juist duidelijk minder dan gemiddeld gestegen. Dit verschil in ontwikkeling is bij de beoordeling van het economisch klimaat sterker dan bij de koopbereidheid.

De sterke toename van het vertrouwen van eenoudergezinnen kan te maken hebben met hun grotere kansen op de arbeidsmarkt. De arbeidsparticipatie van alleenstaande ouders is de afgelopen jaren sterker gestegen dan gemiddeld. In 1998 had bijna de helft van hen een betaalde baan, in 1995 was dat nog minder dan 40%.

Door het uiteenlopen van de stijgingen in het consumentenvertrouwen wordt het verschil tussen jongere en oudere huishoudens groter. Jongere huishoudens waren in 1995 al positiever dan oudere huishoudens en dat gat is in 1999 groter geworden. Het relatief lage vertrouwen van eenou-

dergezinnen daarentegen komt juist dicht bij het gemiddelde te liggen. In 1995 waren eenoudergezinnen negatiever dan alleenstaande 65-plussers en oudere paren zonder kinderen, in 1999 is dat andersom. Dit hangt waarschijnlijk allereerst samen met hun verhoogde arbeidsmarktparticipatie. Daarnaast ligt het voor de hand dat deze ontwikkeling samenhangt met het verschil in ontwikkeling dat al bij leeftijdscategorieën is geconstateerd. De volwassenen uit eenoudergezinnen zullen immers merendeels jonger dan 45 zijn.

Staat 12

HET CONSUMENTENVERTROUWEN NAAR ENKELE ACHTERGRONDKENMERKEN

	Consumenten- Oordeel				Koop-	
	vertrouwen		economisch		bereidheid	
	klimaat					
	1995/4	1999/4	1995/4	1999/4	1995/4	1999/4
<i>saldo van positieve en negatieve antwoorden</i>						
Geïnterviewde:						
w.v. man	14	27	21	26	9	28
vrouw	-4	16	-4	15	-4	17
w.v. 18 - 24 jaar						
25 - 34 jaar	11	33	9	24	12	38
35 - 44 jaar	12	33	11	28	14	36
45 - 54 jaar	7	27	7	25	7	28
55 - 64 jaar	4	20	9	21	1	20
>=65 jaar	-5	10	1	16	-9	7
Hoofdkostwinner:						
w.v. lager opgeleid	-6	10	-3	10	-8	10
middelbaar opgeleid	7	23	8	20	6	25
hoger opgeleid	16	31	21	30	12	32
w.v. werkzaam						
pens 65-	9	27	9	24	9	29
pens 65+	1	13	16	18	-9	10
niet-actief	-8	5	-1	5	-12	5
Huishouden:						
w.v. alleenstaande 65-	-13	8	-8	12	-17	6
alleenstaande 65+	6	26	8	26	5	26
paar 45- zonder kinderen	-10	3	-1	1	-16	5
paar 45+ zonder kinderen	17	36	13	25	20	43
paar met kinderen	-2	13	5	15	-6	12
eenoudergezin	6	23	8	22	4	24
overige huishoudens	-14	15	-12	19	-15	12
w.v. 1e-20%inkomensgroep						
2e-20%inkomensgroep	-2	25	-4	27	-0	24
3e-20%inkomensgroep	-2	18	-1	16	-3	20
4e-20%inkomensgroep	8	23	11	24	6	23
5e-20%inkomensgroep	14	27	16	23	12	30
Alle huishoudens	22	37	27	35	19	37
Alle huishoudens						
	3	21	6	20	1	22

6.5 Arbeidsmarktpositie

Het vertrouwen van gepensioneerden is minder dan gemiddeld toegenomen. Dat van personen uit huishoudens

waarvan de hoofdkostwinner tot de overige niet-actieven behoort (zoals huisvrouwen, studenten, arbeidsongeschikten en vutters) is juist bovengemiddeld gestegen. Dit verschil hangt vooral samen met de beoordeling van het economisch klimaat, bij de koopbereidheid zijn de onderlinge verschillen beperkt.

Het verschil in vertrouwensontwikkeling is opmerkelijk, omdat de koopkracht van gepensioneerden juist sterker is gestegen dan die van andere huishoudens. Omgekeerd is die van arbeidsongeschikten en mensen met een bijstandsuitkering juist het minst toegenomen. Wellicht speelt ook hier de verruiming van de arbeidsmarkt een rol. Voor arbeidsongeschikten en mensen met een bijstandsuitkering biedt de ruimere arbeidsmarkt kansen voor een verbetering van de eigen omstandigheden. Bij gepensioneerden is dat niet of nauwelijks het geval.

De niveaus van het consumentenvertrouwen van de onderscheiden groepen liggen in 1999 dicht bij elkaar dan in 1995. Dit is bij de koopbereidheid nog sterker dan bij het oordeel over het economisch klimaat. De werkzamen zijn en blijven het positiefst. Opvallend is dat in 1995 de niet-actieven het minst positief zijn en in 1999 de gepensioneerde 65-plussers.

6.6 Inkomensniveau

Bij huishoudens uit de laagste inkomensklassen is het consumentenvertrouwen tussen 1995 en 1999 bovengemiddeld gegroeid. Dit is het sterkst bij de beoordeling van het economisch klimaat, maar toch ook zichtbaar bij de koopbereidheid. Een mogelijke verklarende factor kan zijn dat de koopkracht bij lagere inkomens de laatste jaren iets sterker is gestegen dan die van de hogere inkomensgroepen.

De hoogte van het consumentenvertrouwen van de verschillende inkomensgroepen vertoont een duidelijke structuur: des te hoger het inkomen, des te positiever de consument. Dit geldt voor de koopbereidheid sterker dan voor het oordeel over het economisch klimaat. De onderlinge verschillen zijn in 1999 evenwel kleiner dan in 1995.

Stabiele vertrouwensstructuren

Tussen 1995 en 1999 zijn er duidelijke verschillen te zien in de ontwikkeling van het consumentenvertrouwen tussen verschillende groepen huishoudens. Toch blijven niveauverschillen in de meeste gevallen intact. Bepaalde soorten huishoudens lijken structureel een groter consumentenvertrouwen te hebben dan anderen. Zo zijn mannen, jongeren, hoger opgeleiden, actieven en hogere inkomens positiever dan vrouwen, ouderen, lager opgeleiden, niet-actieven en mensen met lagere inkomens. Deze structurele rangordes zijn tussen 1985 en 1999 vrijwel niet veranderd.

6.7 De afwijkende positie van ouderen

Bovenstaande gegevens laten zien dat in een aantal gevallen juist bij groepen met een relatief laag consumentenvertrouwen het optimisme meer dan gemiddeld is toegenomen. Dit geldt met name voor eenoudergezinnen, niet-actieven en mensen met lage inkomens. Ouderen vormen echter een duidelijke uitzondering: bij hen is het consumentenvertrouwen tussen 1995 en 1999 juist minder dan gemiddeld toegenomen. Het ligt voor de hand om dit te willen verklaren uit een mogelijk achterblijvende inkomensontwikkeling van AOW-ers. Deze redenering wordt

echter niet ondersteund door de cijfers. Uit de gegevens over de (statische) koopkrachtontwikkeling blijkt juist dat de koopkracht van pensioenontvangers in de tweede helft van de jaren negentig iets sneller is gestegen dan gemiddeld. Gegevens uit het Budgetonderzoek over de periode 1995 tot en met 1997 bevestigen dit beeld. De bestedingen van 65-plussers zijn in 1997 ruim 9% hoger dan in 1995, duidelijk meer dan de gemiddelde stijging van 6%.

Verder zijn het niet alleen de 65-plussers waarbij het vertrouwen minder dan gemiddeld stijgt: al bij 45-plussers is deze ontwikkeling zichtbaar. Op basis van de uitkomsten van het Consumenten Conjunctuur Onderzoek kan dan ook worden geconcludeerd dat het consumentenvertrouwen afneemt met het klimmen der jaren en dat dat effect de laatste jaren sterker is geworden.

6.8 Conclusie

In januari 2000 heeft de index van het consumentenvertrouwen de hoogste waarde bereikt in de vijftientig jaar dat het CBS dit cijfer meet. De sterke toename in het consumentenvertrouwen in de afgelopen jaren is niet bij

alle groepen huishoudens even sterk geweest. Vooral geslacht, leeftijd, huishoudensamenstelling, arbeidsmarktpositie en inkomensgroep blijken belangrijke factoren bij de mate waarin het vertrouwen is toegenomen. Het opleidingsniveau daarentegen zegt weinig over de vertrouwensverbetering. In een aantal gevallen is de stijging relatief groot geweest bij groepen met een traditioneel laag vertrouwen. Alleen bij ouderen is dat niet het geval.

Variaties in koopkrachtverbetering blijken geen eenduidige invloed te op de ontwikkeling van het vertrouwen te hebben. Bij het inkomensniveau is de stijging van het consumentenvertrouwen sterker naarmate de koopkrachtverbetering groter is. Bij de leeftijdscategorieën is dat echter juist andersom.

Verschillen in arbeidsmarktkansen lijken wèl een verklarende factor voor het uiteenlopen van de stijging van het consumentenvertrouwen. Zowel bij geslacht als bij leeftijd, huishoudensamenstelling en arbeidsmarktpositie lijkt deze factor een rol te spelen.