



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen 27. mars 2020

Mars 2020

Store utslag i forbrukertilliten som følge av koronapandemien Forbrukertillitsindeksen (CCI) på nivå med finanskrisen i 2008

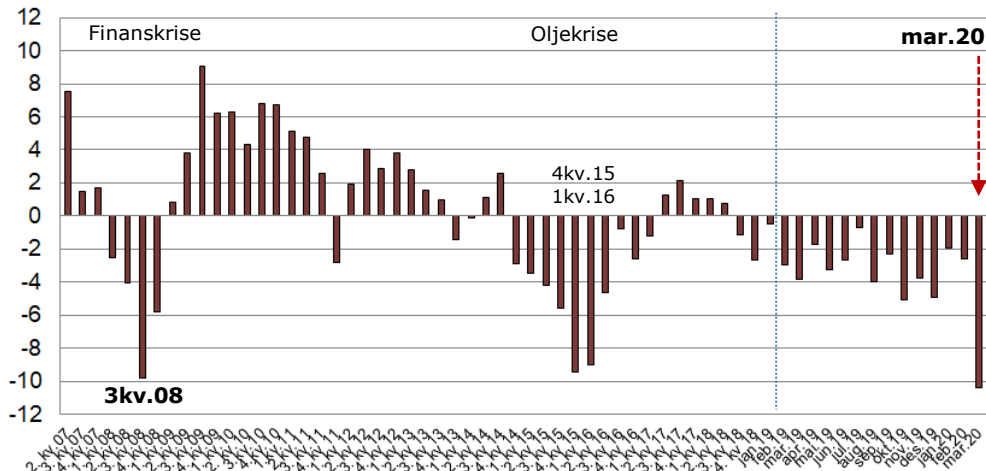
Bakgrunn: Siden Verdens helseorganisasjon (WHO) 30. januar 2020 erklærte at utbruddet av koronaviruset er en global folkehelsekrise har den norske regjeringen og helsemyndighetene fortløpende satt i verk tiltak for å begrense spredningen av koronaviruset. 12. mars kom regjeringen med de sterkeste og mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid. 13. mars la regjeringen fram de første strakstiltakene for å trygge jobber og hjelpe bedrifter i en krevende situasjon. Helgen 14.-15. mars forhandlet finanskomiteén og de parlamentariske lederne på Stortinget fram en krisepakke. Mandag morgen 16. mars ble partiene på Stortinget enige. Denne målingen er gjennomført i perioden 10. til 15. mars.

Forbrukertillitsindeksen (CCI) faller dramatisk fra februar til mars. Marsmålingen fra analyseselskapet Opinion viser at forbrukertillitsindeksen er på minus 10,4 poeng, mot minus 2,6 poeng i februar og minus 1,9 poeng i januar. Målingen er tatt opp i et landsrepresentativt utvalg den uken de mest inngripende tiltakene vi har hatt i Norge i fredstid ble i innført.

- Kun én gang tidligere i tidsserien vår fra 2007 har tillitsindeksen vært lavere, og det var under finanskrisen i september 2008. Indeksen har aldri falt så mye på en måned som den har gjort nå i mars, og det skjer i en tidlig fase av koronakrisen, sier seniorrådgiver Henrik Høidahl i Opinion. Vi kan forvente ytterligere fall i forbrukertilliten i april-målingen, etter hvert som alvorret og konsekvensene for den enkelte stadig viser seg og synker inn.

- Med unntak av indikatoren for egen økonomi nå, er det et markant og dels dramatisk fall for de andre indikatorene som utgjør forbrukertillitsindeksen, sier Henrik Høidahl i Opinion. Til grunn for den internasjonalt anerkjente forbrukertillitsindeksen ligger de fire indikatorene tillit til egen økonomi nå, egen økonomi om 12 måneder og landets økonomi om 12 måneder, samt sannsynlighet for kjøp av større forbruksgoder om 12 måneder.

- Det kan legges til at vi må tilbake til oljekrisen i 2015-16 for å finne flere som tror at arbeidsledigheten vil være høyere om 12 måneder, sier Høidahl.



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — mars 2020

Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit, og brukes i alle EU-land.

Beregningsmetode:

CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes vurdering av 1) husholdningens økonomi nå og 2) om 12 måneder, forventninger til 3) landets økonomi om 12 måneder og 4) husholdningens kjøp av større forbruksgoder om 12 måneder.

Hver delindeks er slik at tallet er 100 hvis alle venter sterk positiv endring, og minus 100 hvis alle venter sterk negativ endring. Hvis alle venter ingen endring blir tallet lik 0. Med CCI over 0, kan vi si at forbrukerne i overveiende grad venter sterkere økonomi. Hvis CCI er under 0, venter de i overveiende grad svakere økonomi.

ForbrukerMeteret™

ForbrukerMeteret™ kjøres månedlig som en omnibus og kartlegger forbrukernes tillit og forventninger til egen og landets økonomi, arbeidsmarkedet, planer for forbruk og sparing og andre spørsmål knyttet til forbruk og økonomi. Resultatene er basert på månedlige landsrepresentative utvalg (1000 intervjuer).

Kontaktperson

Henrik Høidahl

Mobil: 992 61 015

E-post: hh@opinion.no

Utgever: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo