



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen

25. januar 2019

Januar 2019



Om CCI = Consumer Confidence Index

Indeksen (CCI) er et anerkjent internasjonalt mål på forbrukernes tillit, og brukes i alle EU-land. Forbrukertilliten er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til a) egen økonomi og b) landets økonomi de kommende 12 måneder, samt forventninger til c) egen sparing og d) arbeidsledigheten. Jo høyere CCI, jo mer villige vil forbrukerne være til å bruke penger på større innkjøp og investeringer som bil, bolig og fritidsbolig.

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, 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
Utgiver: Opinion AS
Vulkan 16, 0178 Oslo

Økt forbrukertillit, men markant lavere enn for ett år siden

Sterkere tro på landets økonomi og arbeidsmarkedet

Forbrukertillitsindeksen (CCI) øker markant i januar, til 6,5 poeng, etter å ha falt til 2,9 poeng i desember, som da var det laveste nivået siden november 2016. Det viser årets første tillitsmåling fra Opinion. Til tross for økningen i januar, ligger indeksen under gjennomsnittet av de tolv målingene i 2018. Forbrukertillitsindeksen falt kvartal for kvartal i fjor.

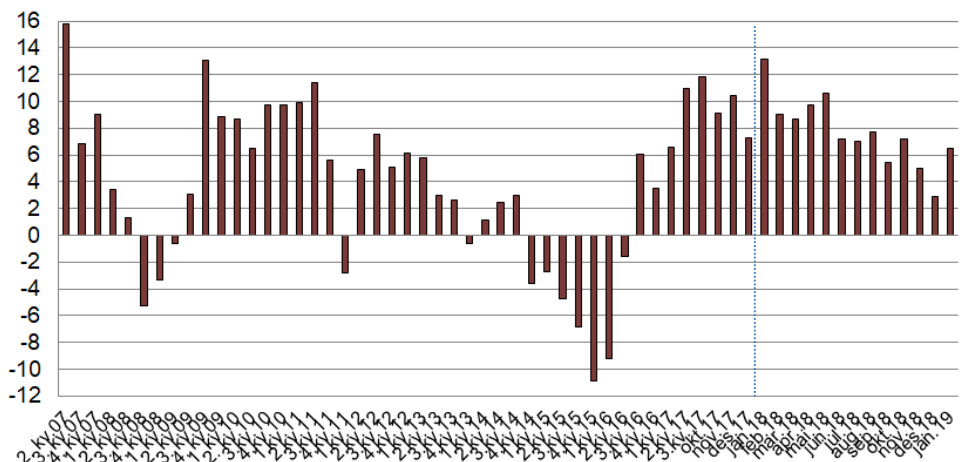
- Meldinger ved årsskiftet og utover i januar om gode utsikter for norsk økonomi, der det forventes synkende arbeidsledighet, økt sysselsetting og reallønn ser ut til å påvirke forbrukerne positivt. Utviklingen i indeksen for landets økonomi og arbeidsledighet styrker den samlede forbrukertilliten, sier Henrik Høidahl, ansvarlig for undersøkelsen i Opinion.

- I desember var det indeksen for arbeidsledighet som i størst grad påvirket forbrukertillitsindeksen i negativ retning. I januar trekker denne indikatoren den samlede forbrukertilliten mest opp, men den er markant høyere nå enn den var for ett år siden. Det vil si at det er vesentlig flere nå enn i januar 2018 som tror at arbeidsledigheten vil være høyere enn lavere om 12 måneder, sier seniorrådgiver Henrik Høidahl. Ledighetsindeksen økte hvert kvartal i fjor, hvilket er et uttrykk for at flere tror at ledigheten vil øke.

- Indeksen for tilliten til landets økonomi stiger i januar, men er negativ for syvende måned på rad, det vil si at det er en overvekt som tror Norges økonomi vil være dårligere enn bedre om ett år, sier Høidahl i Opinion.

Kjøpsindeksen, som sier noe om sannsynligheten for å kjøpe større forbruksgoder, bil og bolig, øker i likhet med CCI markant i januar. Denne indeksen hadde som CCI en fallende tendens gjennom 2018.

CCI er et gjennomsnitt av forbrukernes forventninger til egen og landets økonomi, arbeidsledigheten og sannsynligheten for sparing de kommende 12 månedene.



Forbrukertillit—CCI. Veide netttotal for perioden mai 2007 — januar 2019