



Opinion:

Forbrukertillitsindeksen 30. september 2022

Rekordlav CCI: Nok et markant fall i forbrukertilliten

Alle indikatorer som utgjør forbrukertillitsindeksen faller

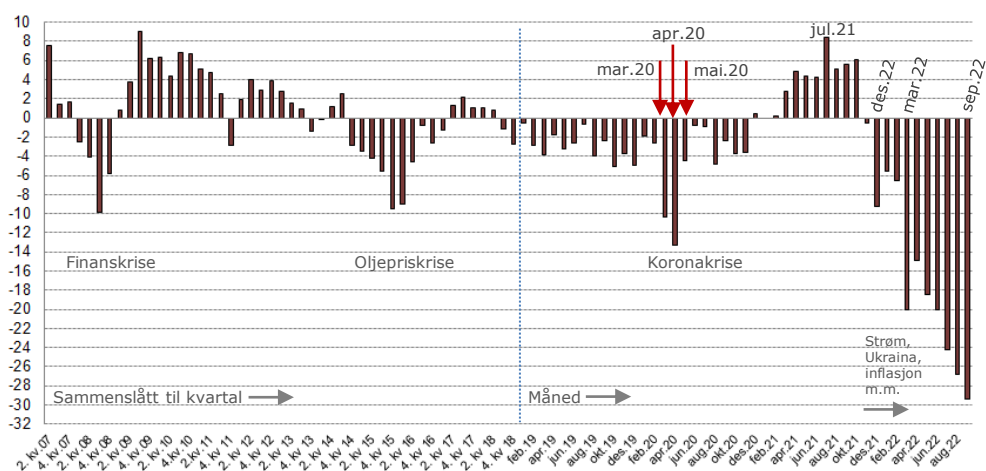
For femte måned på rad faller forbrukertillitsindeksen (CCI), og nok en gang er fallet og utslaget så stort at det er statistisk sikkert. I september beregnes indeksen til minus 29,4 poeng, viser den siste målingen til Opinion. Det er ned 2,6 poeng fra august, og med det har CCI nådd et nytt historisk bunnivå. Nå har den vært negativ siden november i fjor. Siden mars i år har CCI vært lavere enn den var under koronavåren 2020, et nivå som var historisk lavt den gang. Verdiane Opinion måler nå er langt lavere og har vedvart over tid.

- Som ved flere tidligere målinger i år, går de fire indikatorene som utgjør forbrukertillitsindeksen markant ned også i september. Ikke bare er den samlede hovedindeksen rekordlav, også de fire indikatorene ender på historisk lave nivåer. Det understreker alvorret og bekrefter den bekymringen og usikkerheten som mange merker og har følt på over lengre tid, sier Henrik Høidahl, fagsjef for politikk og samfunn i Opinion.

- Det er lag på lag med kriser og bekymringer som gir tydelig utslag i den rekordlave forbrukertilliten i den norske befolkningen. Prisvekst i form av stadig høyere utgifter til strøm, drivstoff, mat, klær og høyere rentekostnader påvirker lommeboka her og nå, men også utsiktene til fremtidig forbruk. Det gjenspeiles i en rekordlav kjøpsindeks, som sier noe om sannsynligheten for kjøp av større forbruksvarer, bil, bolig og oppussing kommende 12 måneder, sier Henrik Høidahl i Opinion.

- Det er særlig indikatoren planer om kjøp av større forbrugsgoder om 12 måneder som faller markant, noe den har gjort fem måneder på rad. Opinion måler holdninger og forventninger, ikke faktisk adferd, men med de klare signalene forbrukerne har sendt over lang tid, er det god grunn til å anta at økende usikkerhet og fallet i kjøpekraften påvirker forbruket, sier Høidahl.

Siste 12 mnd	okt	nov	des	jan	feb	mar	apr	mai	jun	jul	aug	sep
CCI	6,1	-0,5	-9,2	-5,6	-6,5	-20,0	-14,9	-18,4	-20,1	-24,2	-26,8	-29,4



Forbrukertillit—CCI. Veide nettotal for perioden mai 2007 — september 2022



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 forbrugsgoder 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

Utgiver: Opinion AS

Vulkan 16, 0178 Oslo