

Rapport.

Allmänheten börjar känna av sämre tider
Konsumentklimatet december 2009

1518343
Karna Larsson-Toll



Innehåll

1. Om undersökningen	2
2. Resultat i sammandrag	2
2.1. Vad prioriterar man om man får mer att röra sig med?	7
2.2. Förändringar över tid	9
2.2.1. Finansiellt sparande	9
2.2.2. Konsumtion	11
2.2.3. Kapitalvaror	15
2.2.4. Boende	19
2.2.5. Sammanfattning av skillnader bland kön och ålder	21
3. Frågeformulär	22
4. Appendix A. Publiceringsregler	23

1. Om undersökningen

Samtidigt som det kommer rapporter om att läget förbättrats efter finanskrisen och att arbetslösheten minskat något från 8,3 procent i september till 8,0 procent i november så har allmänhetens ökande optimism brutits och man har börjat befara sämre tider. Framför allt är det bland män, bland unga och bland personer med hög hushållsinkomst som man blivit mindre optimistisk.

Men trots det är det fortfarande något fler som räknar med att få det bättre än som räknar med att få det sämre under nästa år.

Om man får mer pengar att röra sig med skulle kvinnorna i första hand använda dem till semesterresor. Männerna skulle istället i första hand spara pengarna. Intresset för fabriksny bil har ökat under hösten.

Undersökningen genomfördes under perioden 11-15 december, då 1.023 intervjuer genomfördes i Sverige med personer i åldern 15 år och äldre. Undersökningen gjordes online. Tidigare månader har omfattat ungefär lika många intervjuer vardera. Urvalet dras slumpmässigt ur SIFOs on-linepanel, som rekryterats riksrepresentativt via telefon och postala utskick. Urvalet är således inte till någon del självrekryterat.

2. Resultat i sammandrag

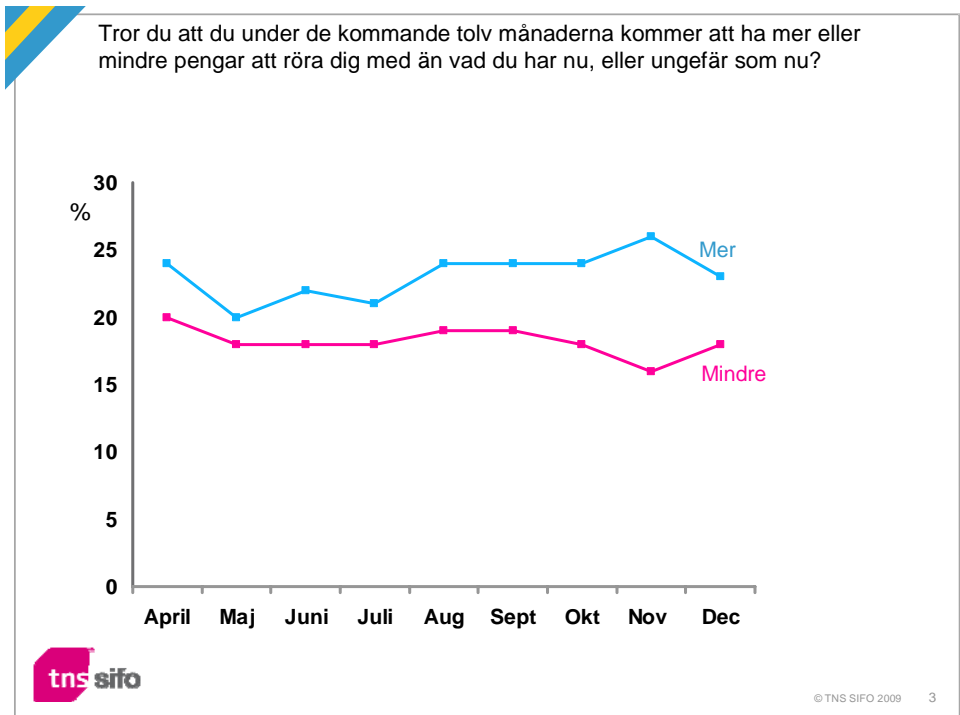
Allmänheten börjar känna av sämre tider. Efter en höst av ökande optimism sjunker nu i december andelen som räknar med att få mer pengar i plånboken nästa år. Samtidigt ökar andelen som räknar med att få det sämre.

Men det är fortfarande fler som räknar med att få det bättre än som räknar med att få det sämre.

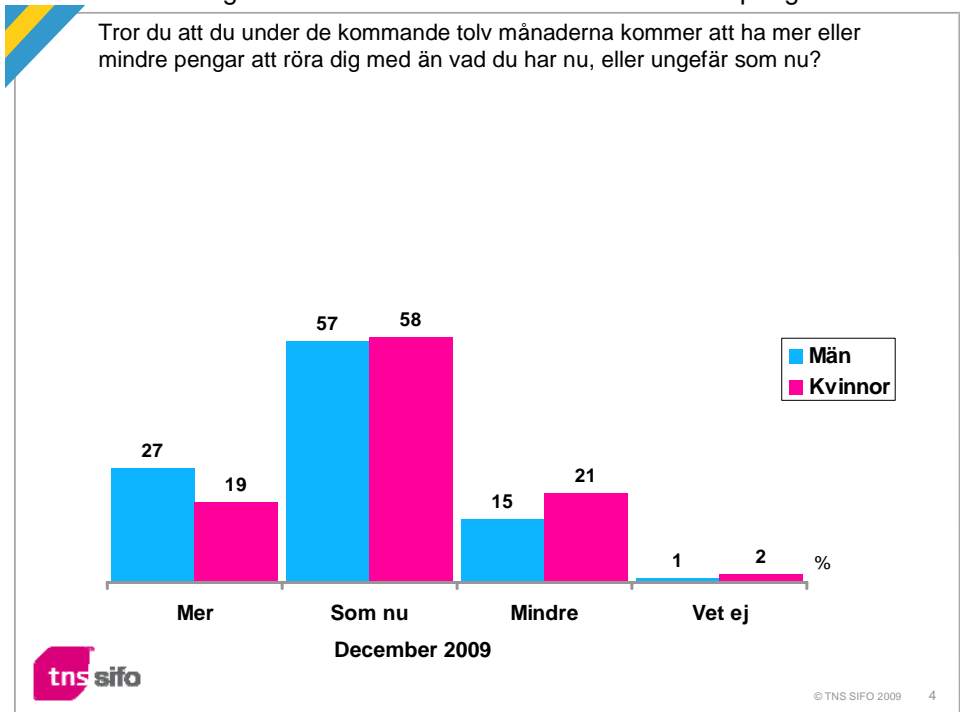
Frågan som ställdes löd:

Tror du att du under de kommande tolv månaderna kommer att ha mer eller mindre pengar att röra dig med än vad du har nu, eller ungefär som nu?

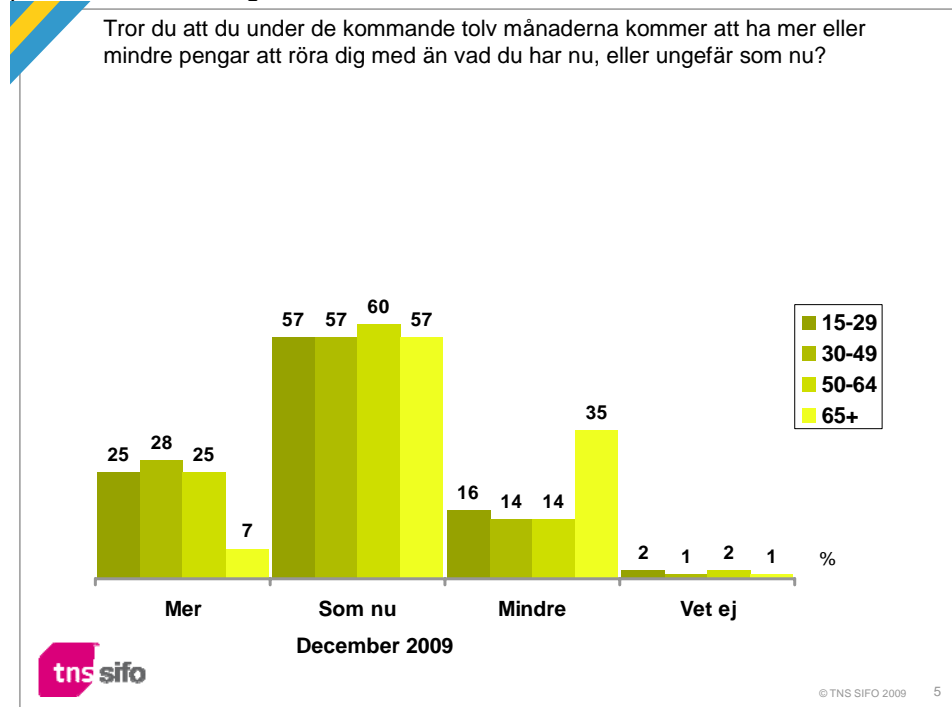
Majoriteten (58%) tror att det kommer att bli ungefär som nu. Drygt var femte (23%) räknar med att de kommer att få mer pengar att röra sig med, medan knappt var femte (18%) tror att det kommer att bli sämre.



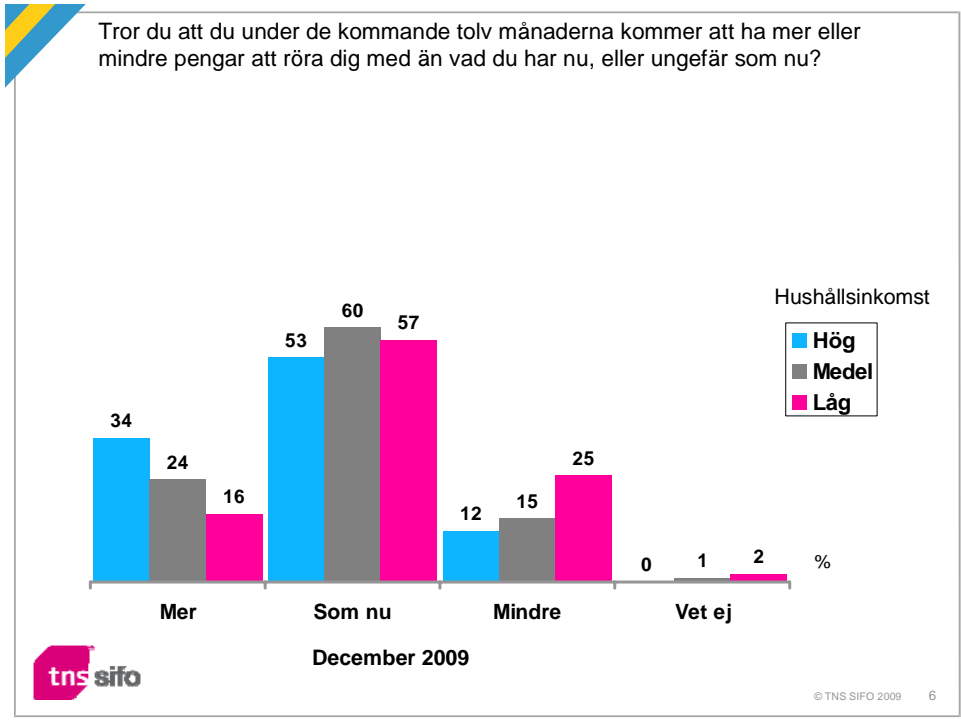
Män räknar i större utsträckning än kvinnor med att få mer pengar i plånboken, medan kvinnor i större utsträckning räknar med att få det som nu eller mindre pengar.



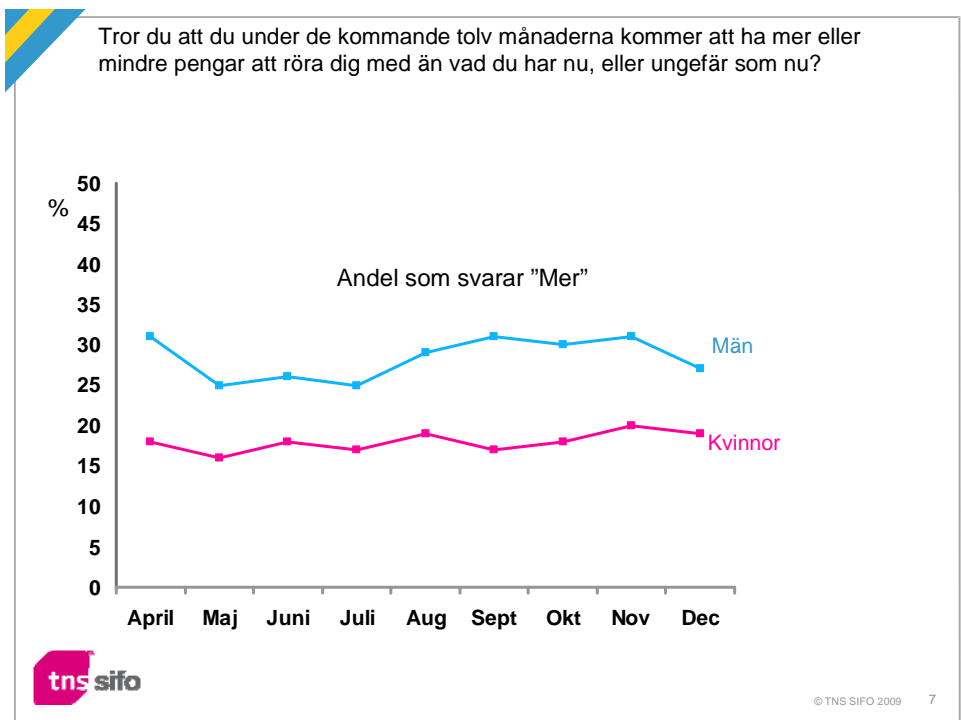
Det är främst medelålders som räknar med att få mer pengar att röra sig med, medan pensionärerna inte alls är lika optimistiska om sin ekonomi; Medan mer än var fjärde i åldern 30-49 år räknar med att få mer pengar att röra sig med är det bara 7 procent bland pensionärerna som gör det.



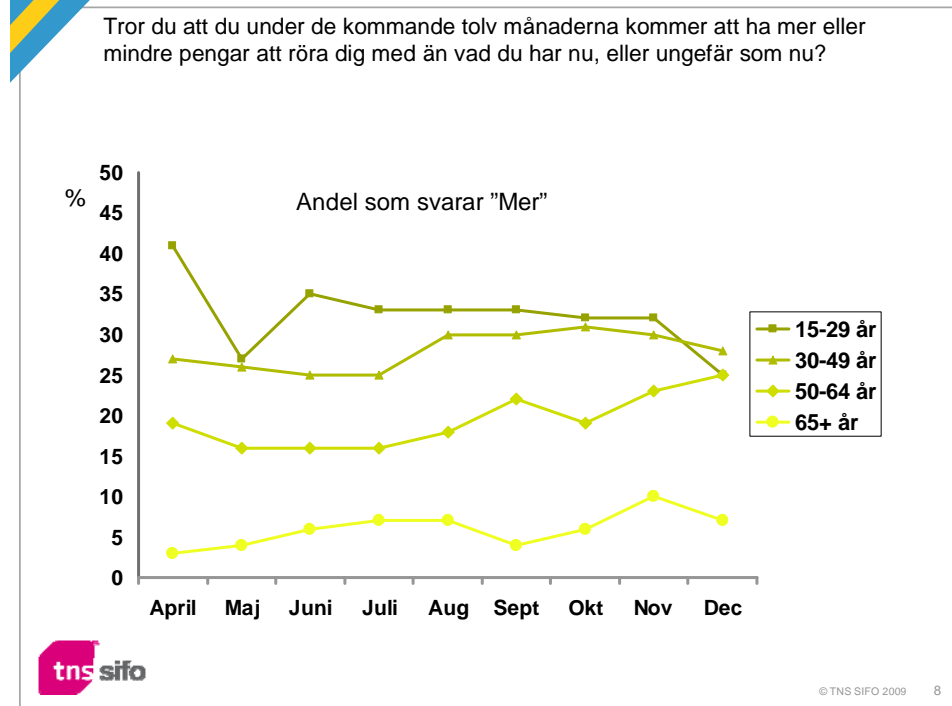
Det är också främst de som redan har en hög hushållsinkomst som räknar med att få mer pengar, medan de som har en låg hushållsinkomst i större utsträckning räknar med att få mindre pengar att röra sig med. (Här finns också ett samband mellan pensionär och låg hushållsinkomst). Bland höginkomsttagare räknar var tredje med att få mer pengar, medan bara drygt var tionde räknar med att få det sämre ekonomiskt. Bland låginkomsttagare är förhållandet det motsatta; betydligt fler räknar med att få det sämre än som räknar med att få det bättre.



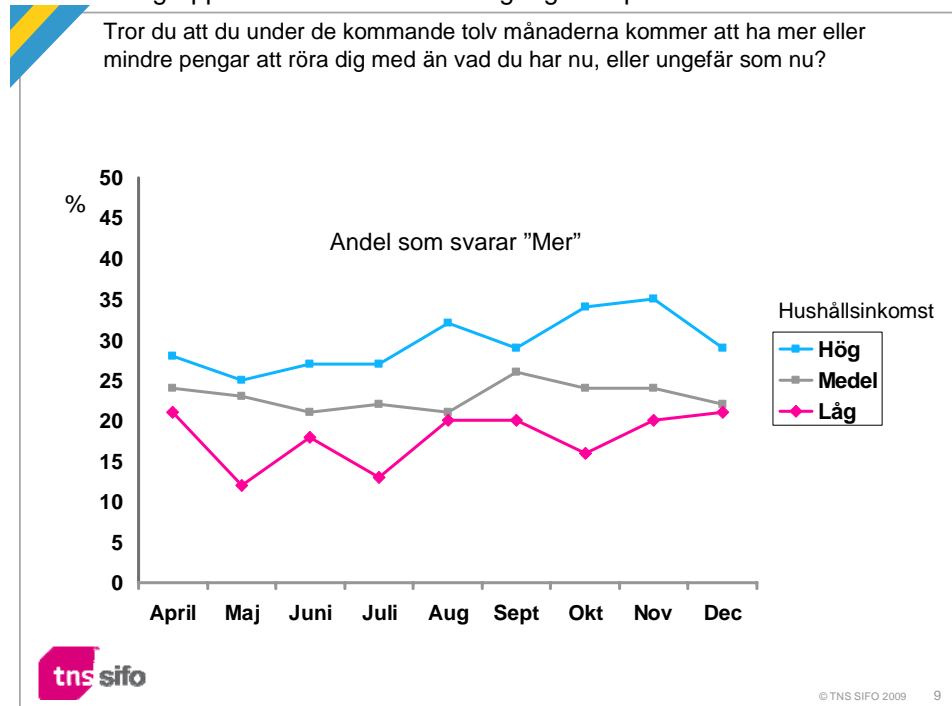
Att en större andel av männen tror att de kommer att få mer pengar att röra sig med är inte något nytt för december. Men det är bland männen som nedgången nu är störst.



Medan framför allt unga, men också pensionärer och personer i åldern 30-49-årsåldern blivit mindre optimistiska så fortsätter äldre medelålders (50-64 år) att vara optimistiska om sin egen ekonomi det kommande året.



Inte bara nu utan också tidigare har det i första hand varit personer med hög hushållsinkomst som haft den högsta andelen som tror att de kommer att få det bättre ekonomiskt. Men det är också i den gruppen som den största nedgången i optimism finns i december.



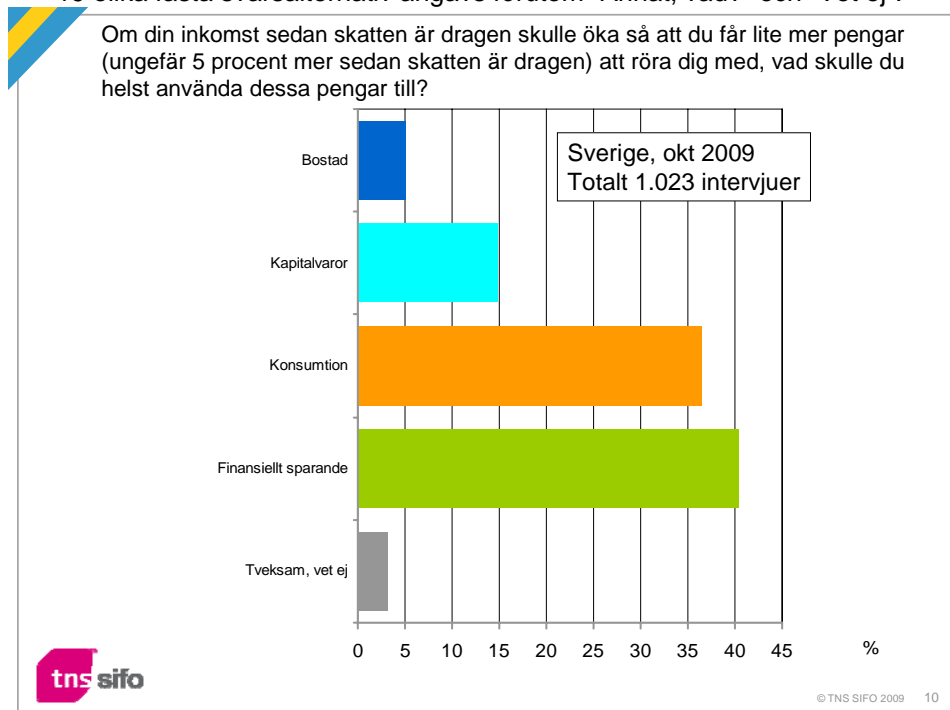
2.1. Vad prioriterar man om man får mer att röra sig med?

Om man får mer pengar att röra sig med uppger allmänheten i Sverige i första hand att de prioriterar sitt finansiella sparande. I andra hand vill man lägga pengarna på konsumtion. I tredje hand kommer kapitalvaror och bättre bostad.

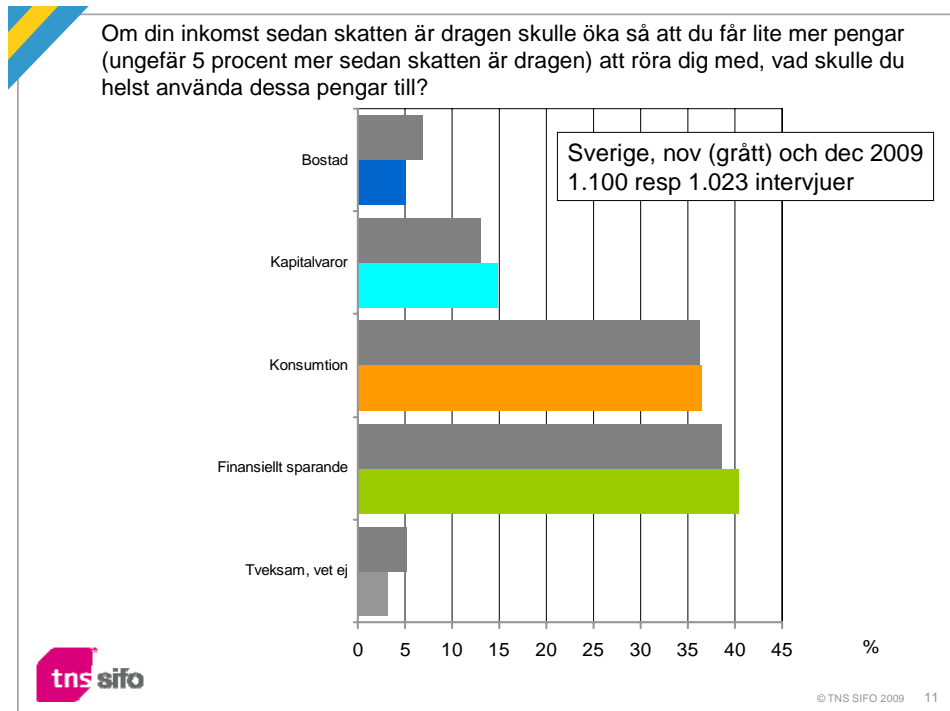
Den fråga som ställdes löd:

Om din inkomst sedan skatten är dragen skulle öka så att du får lite mer pengar (ungefär 5 procent mer sedan skatten är dragen) att röra dig med, vad skulle du helst använda dessa pengar till?

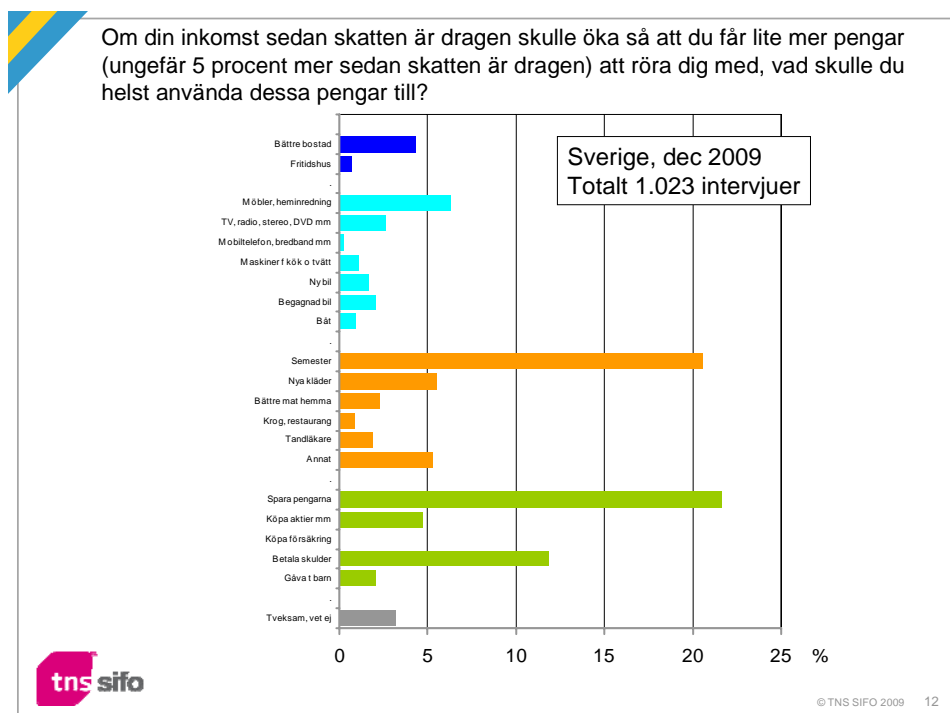
19 olika fasta svarsalternativ angavs förutom "Annat, vad?" och "Vet ej".



Jämfört med i november har prioriteringen av både finansiellt sparande och kapitalvaror ökat. Däremot har intresset för att skaffa ny bostad minskat, vilket tyder på att prishöjningarna kanske mattas av nu.



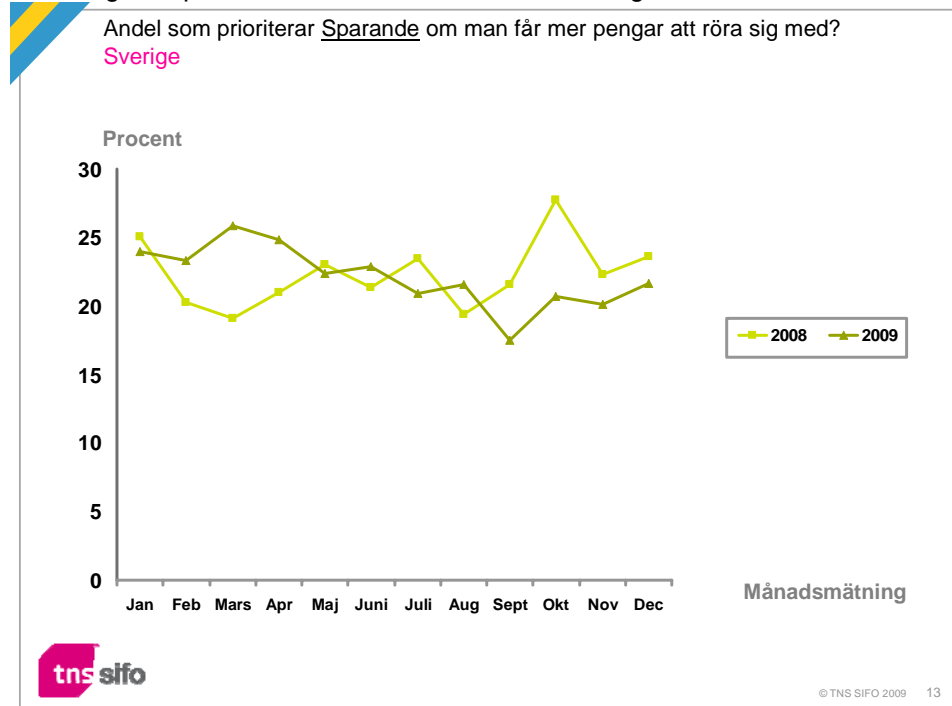
Största enskilda prioriteringsområde är att spara pengarna, semesterresor och att betala skulder.



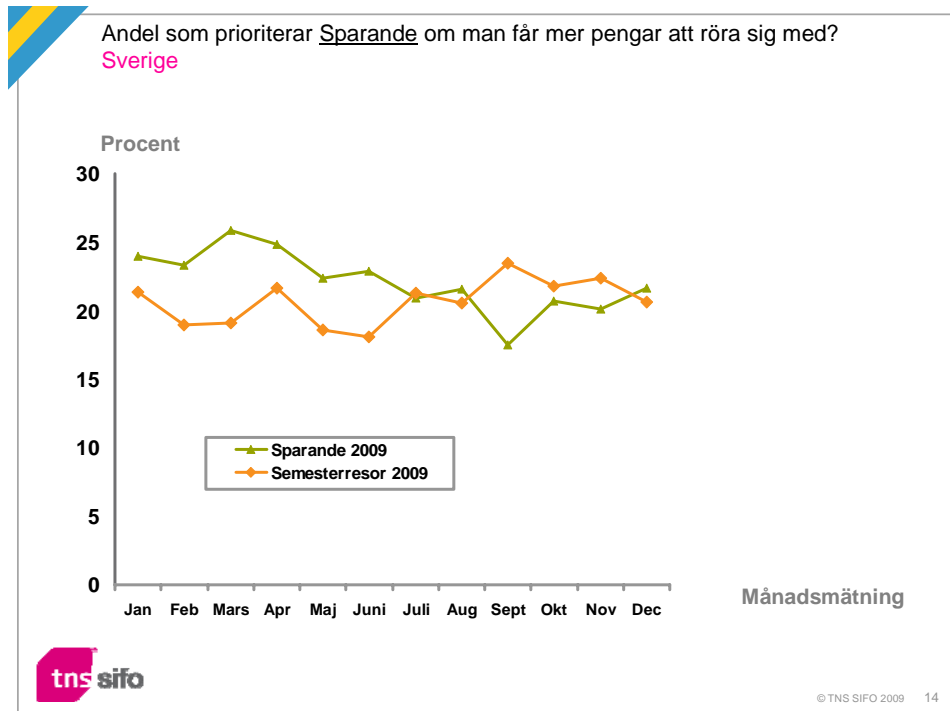
2.2. Förändringar över tid

2.2.1. Finansiellt sparande

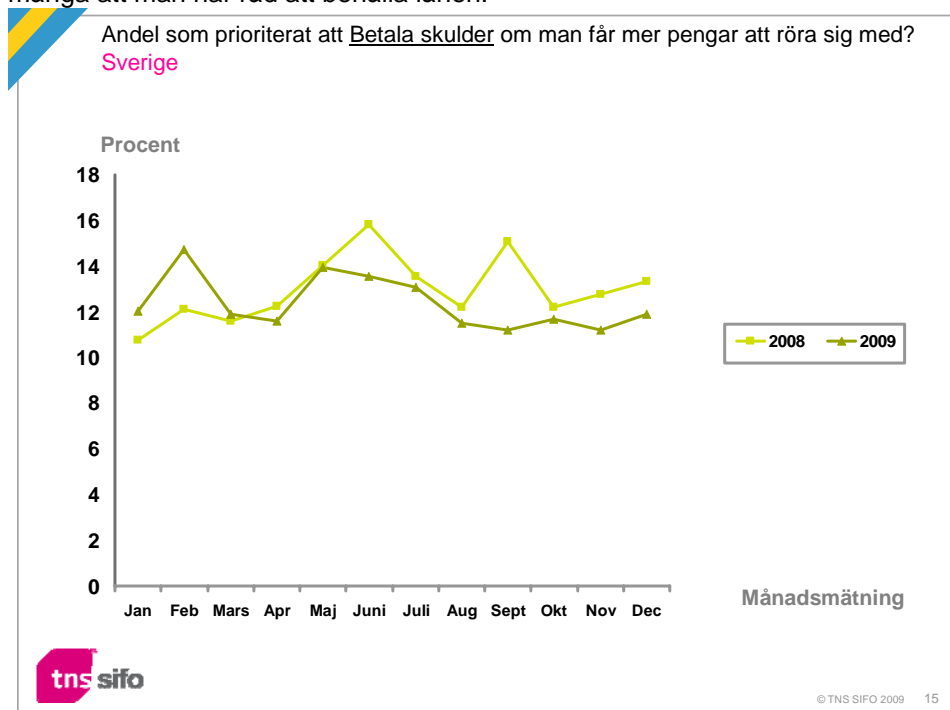
I oktober förra året kulminerade finanskrisen. Läget var extremt turbulent och en ovanligt hög andel av allmänheten prioriterade sparande. Sedan dess har prioriteringen minskat till ett bottenläge i september, för att sedan åter ha ökat något under slutet av året.



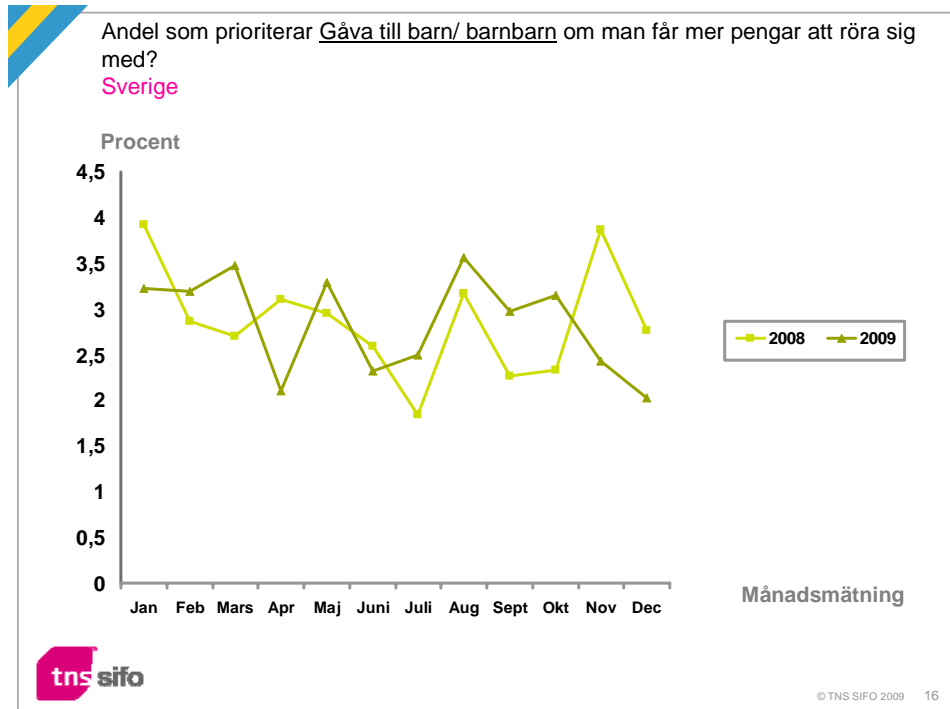
Det betyder att sparviljan nu har gått om viljan att använda extrapengar till semesterresa, som tidigare varit den främsta prioriteringen.



Prioriteringen av avbetalning av skulder ligger just nu något lägre som vid samma tid förra året efter en successiv nedgång under våren. Med den låga räntekostnaden just nu anser många att man har råd att behålla lånen.



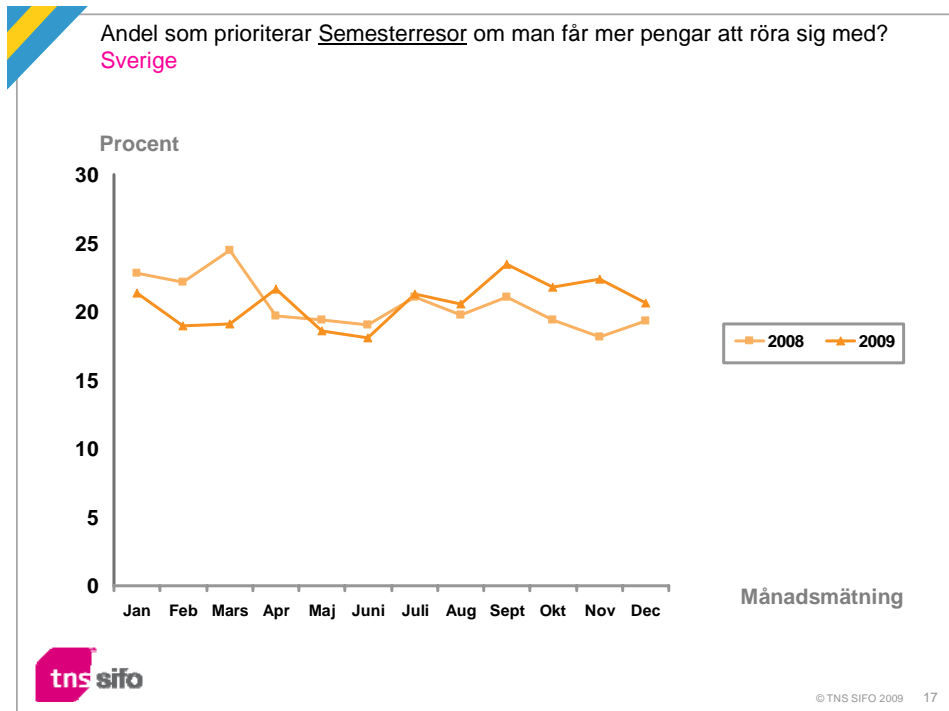
Gåva till barn och barnbarn har här räknats till finansiellt sparande, även om detta kan diskuteras: en del av pengarna går säkert till varor istället för till sparande. Oavsett vilket, så ligger det just nu ovanligt lågt, vilket med tanke på närheten till julen kanske är något förvånande.



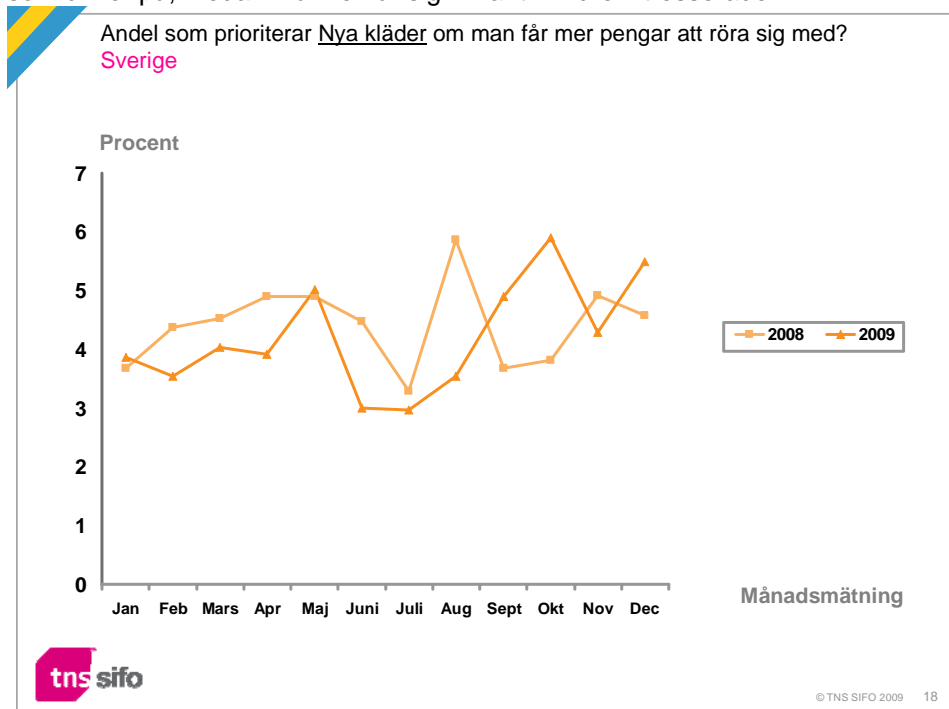
2.2.2. Konsumtion

Som redan nämnts har sparviljan nu blivit starkare än viljan att lägga pengarna på semesterresa, trots att jul/ nyårshelgen under senare år har blivit en riktig långresehelg, då många flyr vintermörkret. Kan det vara Köpenhamnsmötet och allt tal om det som gjort att resplanerna får maka åt sig för annat? – Jämfört med förra året har dock prioriteringen av semesterresor legat högre under fjärde kvartalet i år.

Här finns betydande skillnader mellan män och kvinnor. Det är i första hand kvinnorna som vill ta pengarna och resa upp dem. Intresset är också signifikant högre bland äldre medelålders (50-64 år) än bland övriga åldersgrupper.

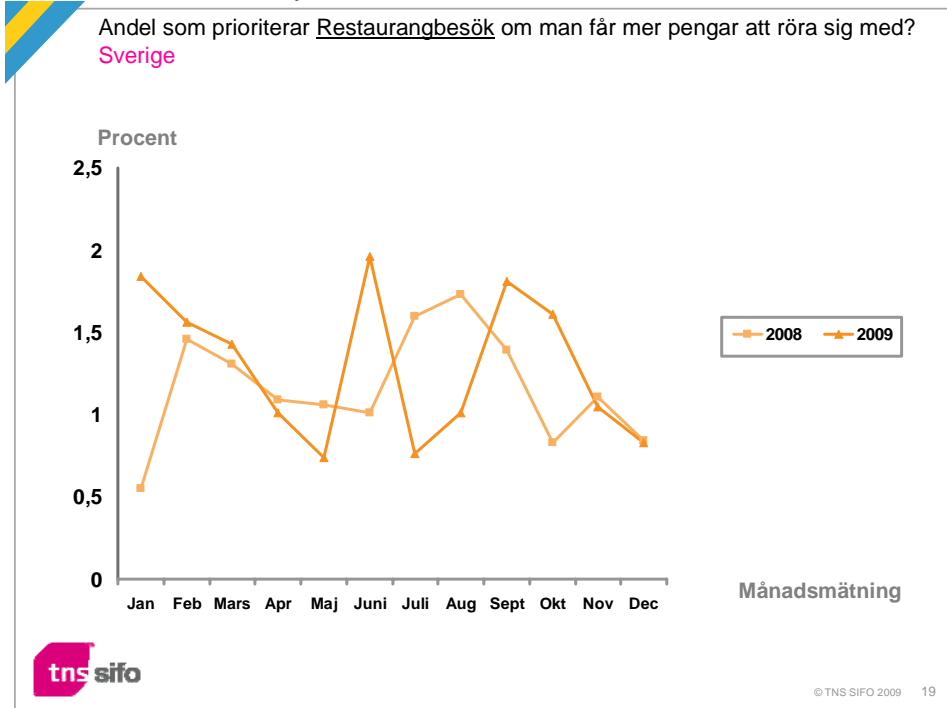


Näst i prioritet bland konsumtionsalternativen kommer nya kläder, men det ligger på en helt annan nivå än semesterresor. Här ökade prioriteringen kraftigt under hösten. Efter en nedgång i november är man nu nästan tillbaka till oktobernivån. Det är framför allt unga (15-29 år) och personer boende i storstad som prioriterar nya kläder. Även här är det kvinnorna som driver på, medan männen är signifikant mindre intresserade.



Andelen som gärna skulle vilja gå ut på restaurang om man fick lite mer pengar att röra sig med ligger normalt strax över en procent, men variationerna mellan olika månader är stor. I

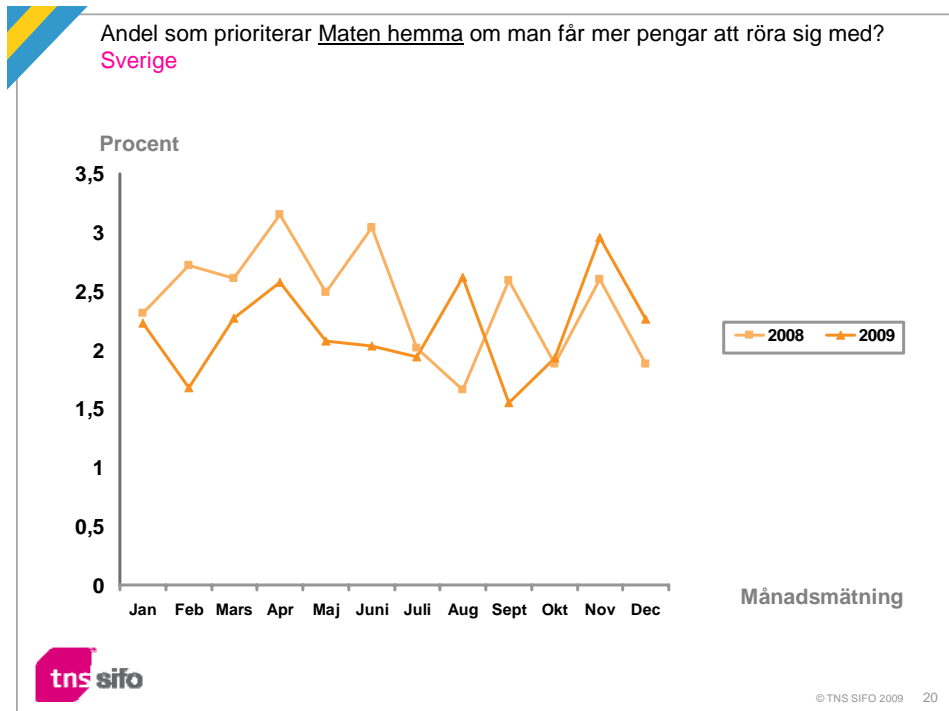
juli-augusti låg den lågt, i september och oktober ökade prioriteringen, men i november december har den åter sjunkit.



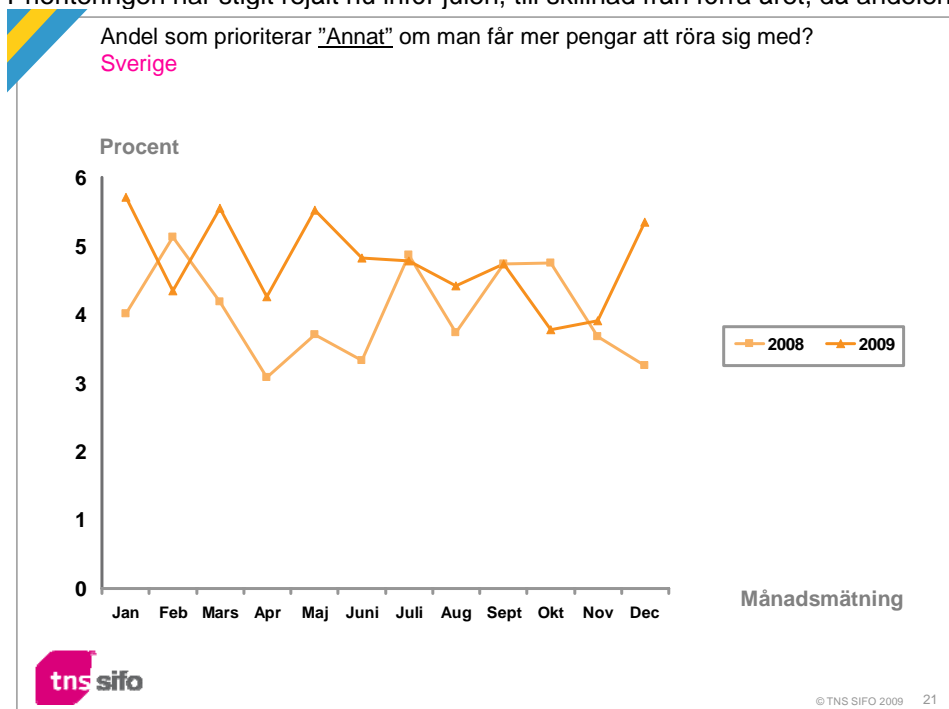
Prioriteringen av restaurangbesök är klart högre i storstäderna än på landsbygden, där det finns färre restauranger att välja på.

Något fler anger att de i första hand skulle vilja satsa eventuella extrapengar på bättre mat hemma. Den andelen ligger nu ungefär som förra året.

Åldersmässigt är det framför allt de unga (t ex arbetslösa och studerande) som skulle vilja lägga pengar på bättre mat hemma.

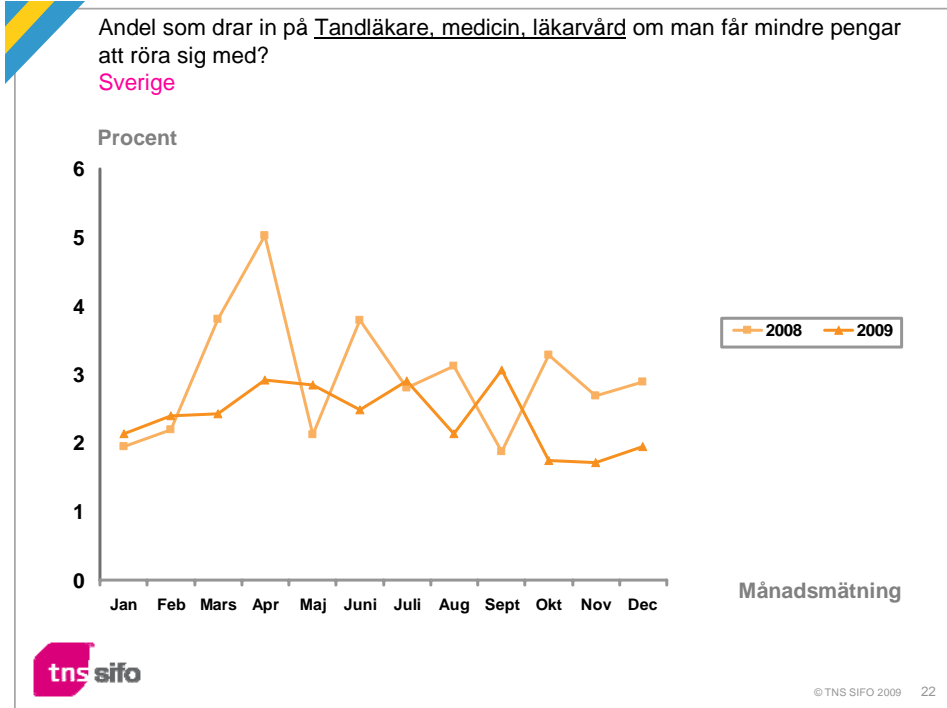


”Annat” (än våra angivna svarsalternativ) kan innebära väldigt mycket olika typer av fritidssysselsättningar t ex frimärksamlande, ridning, fotografering eller något helt annat. Prioriteringen har stigit rejält nu inför julen, till skillnad från förra året, då andelen istället sjönk.



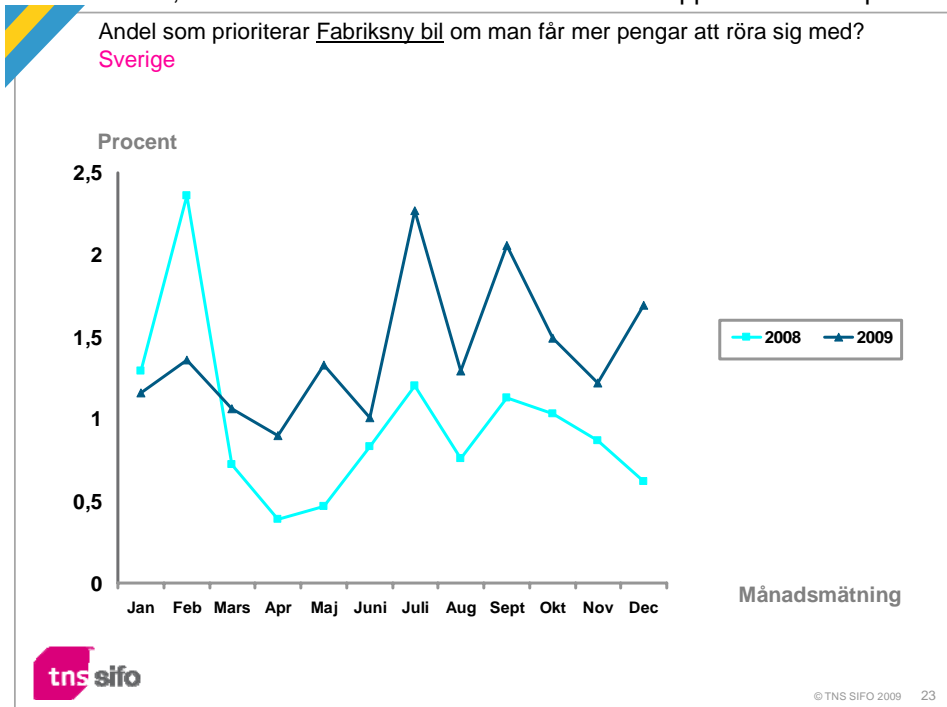
Att någon i första hand vill satsa eventuella extrapengar på att gå till tandläkaren, läkaren eller ta ut medicin tyder på att man har svårt att få ekonomin att gå ihop. Ungefär två procent av

hela befolkningen skulle i första hand använda pengarna till detta. Det ligger klart lägre än förra året vid samma tid.

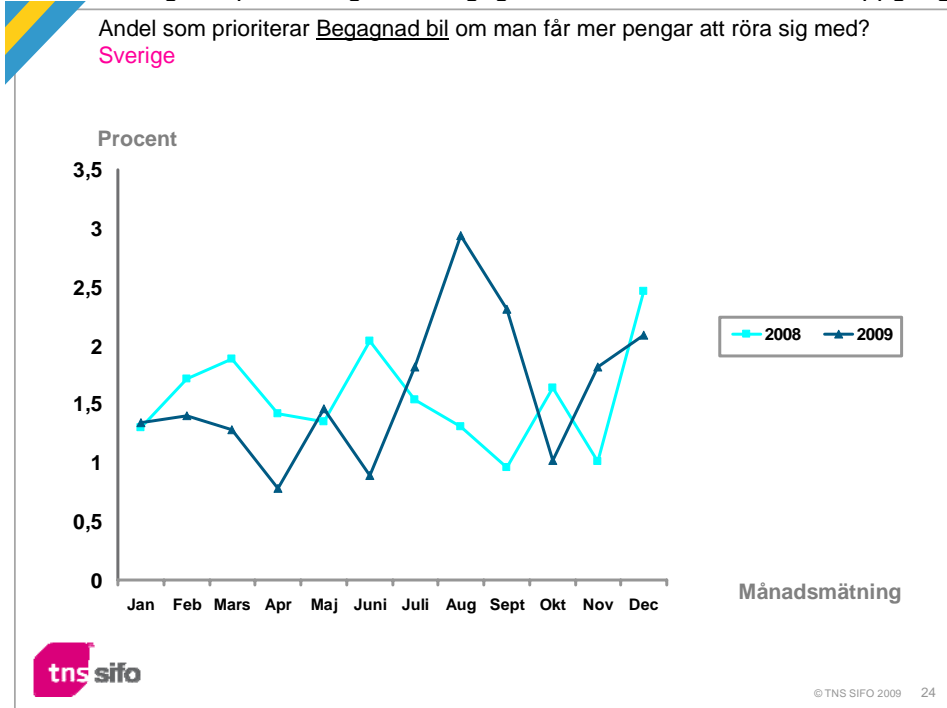


2.2.3. Kapitalvaror

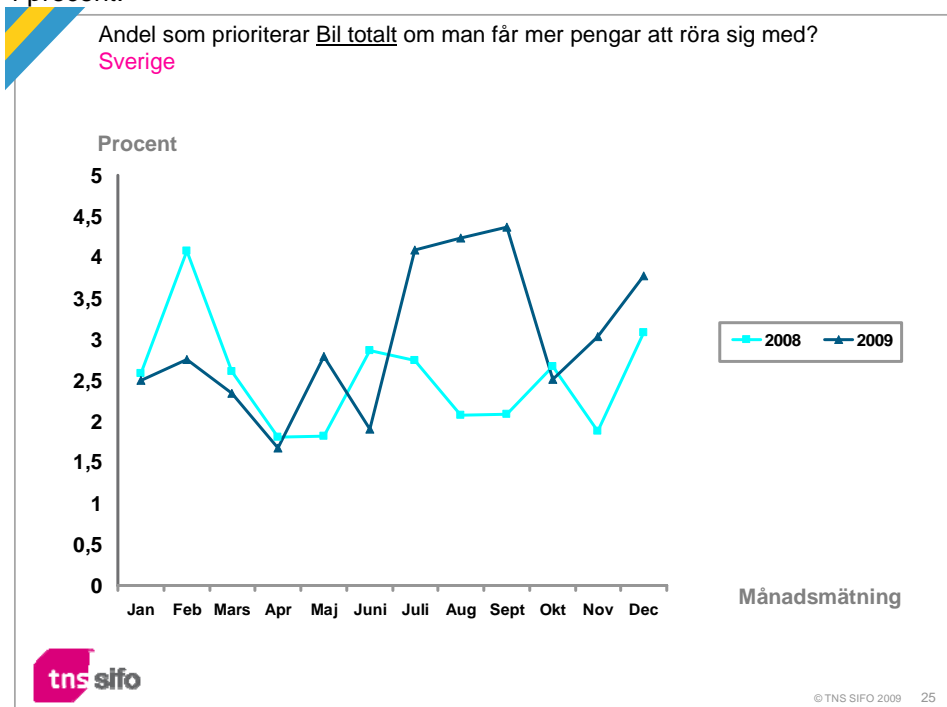
Prioriteringen av fabriksny bil sjönk mycket kraftigt tidigt våren 2008. Minskningen gällde inte bara i Sverige utan i hela västvärlden, vilket resulterade i en kraftig försäljningsminskning och kris i bilindustrin i många länder. Den låga nivån höll i sig under resten av 2008 och större delen av 2009, men det verkar nu som om man kommit upp mer hållbart på en högre nivå.



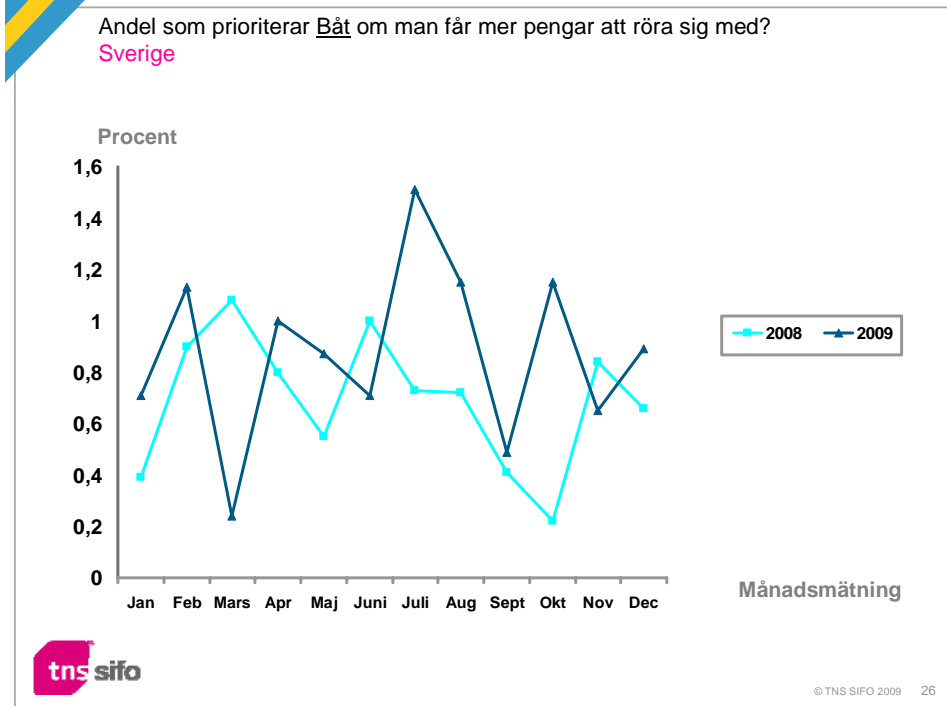
Även när det gäller prioriteringen av begagnad bil förefaller det vara en uppgång på gång.



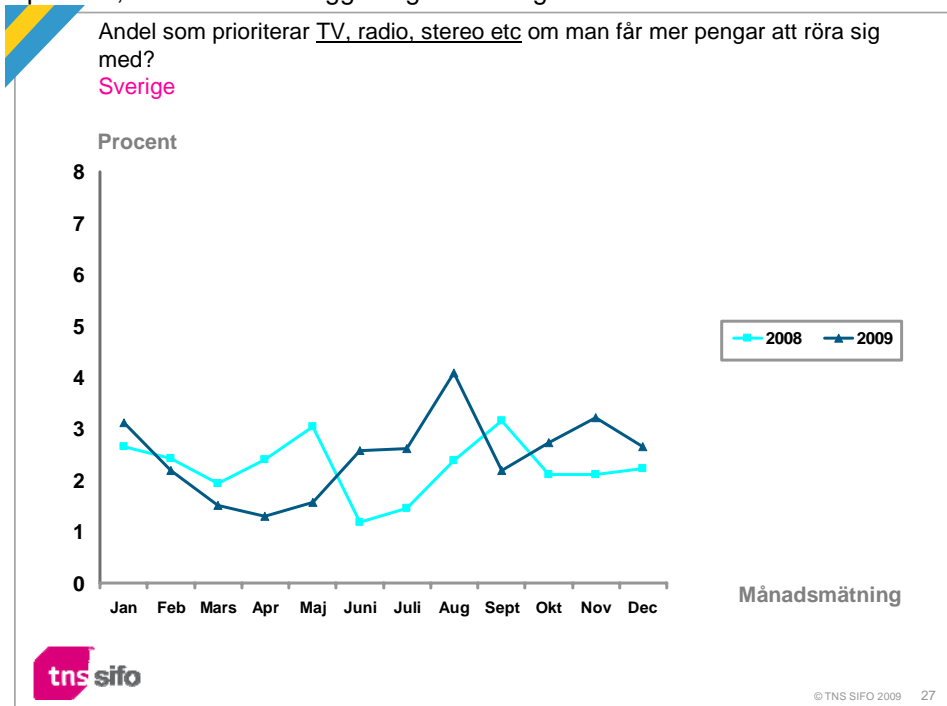
Det innebär att prioriteringen av bil totalt, dvs fabriksny eller begagnad, trots en tillfällig nedgång i oktober ligger högre nu än förra året. I ett längre perspektiv ligger prioriteringen för bil trots det ganska lågt. I mitten på 90-talet, efter 1993 års kris, låg prioriteringen för nya bilar på cirka 3 procent och för begagnade bilar på cirka 4,5 procent, totalt 7,5 procent mot dagens 4 procent.



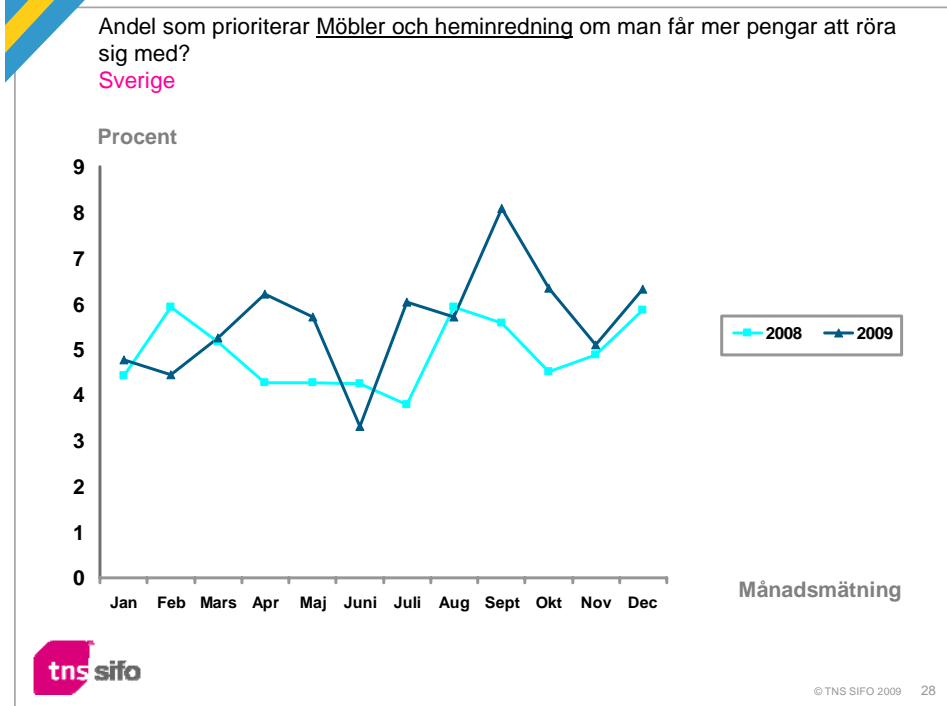
Knappt en procent av befolkningen skulle lägga extrapengar på båt. Det är nästan bara män som skulle göra det. Kvinnorna är nästan helt ointresserade.



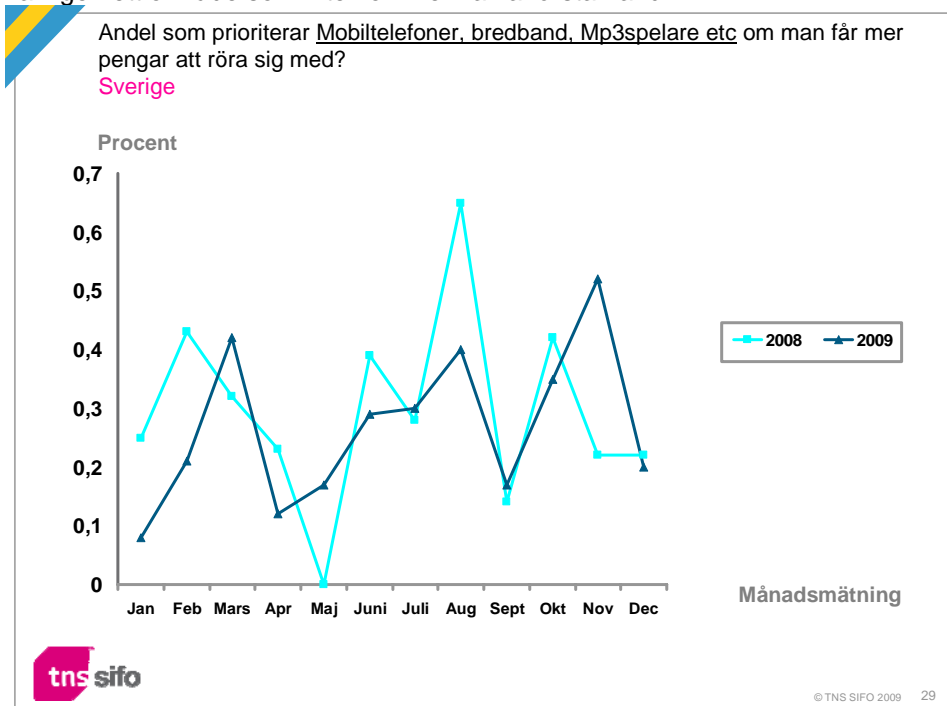
Männen är också betydligt mer intresserade än kvinnorna av att lägga pengarna på platt-TV, DVD, ljudanläggningar och liknande så kallade "bruna varor". Totalt ligger andelen på knappt 3 procent, men kvinnorna ligger signifikant lägre.



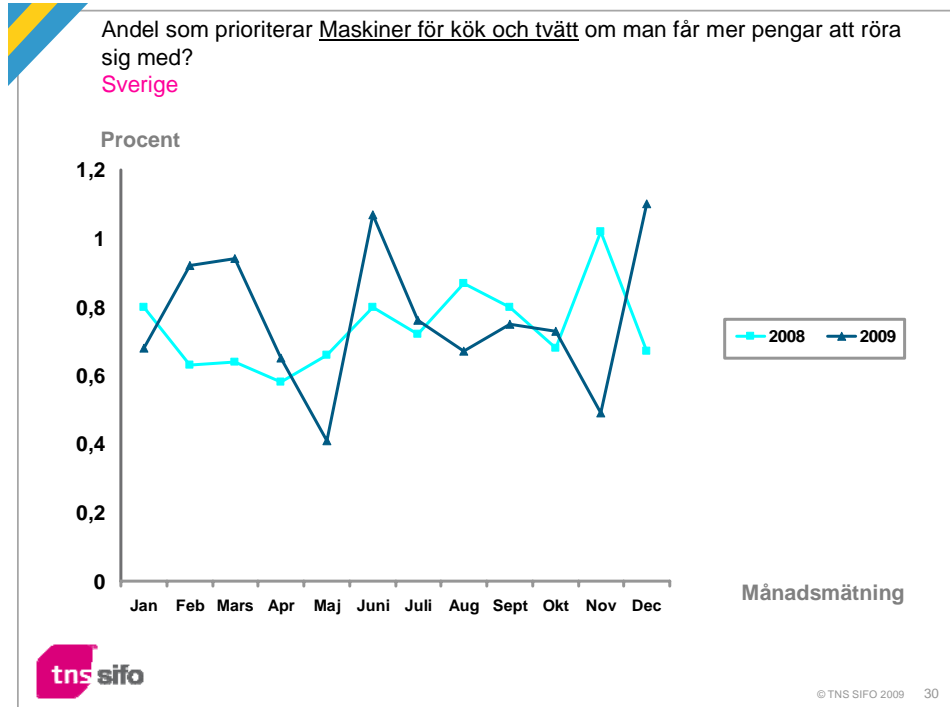
Kvinnorna brukar vara mer benägna än män att lägga sina eventuella extrapengar på möbler och heminredning, men just nu är det ingen signifikant skillnad. Andelen ligger ungefär som vid samma tid förra året.



Vi har här räknat mobiltelefoner, bredband och Mp3spelare etc till kapitalvaror, även om en del av detta sannolikt skulle kunna räknas som kortsiktig konsumtion. Andelen som prioriterar detta är normalt låg, även om det finns mycket pengar i det, och det gäller även nu. Det är vanligen ett område som inte kommer i allra första hand.

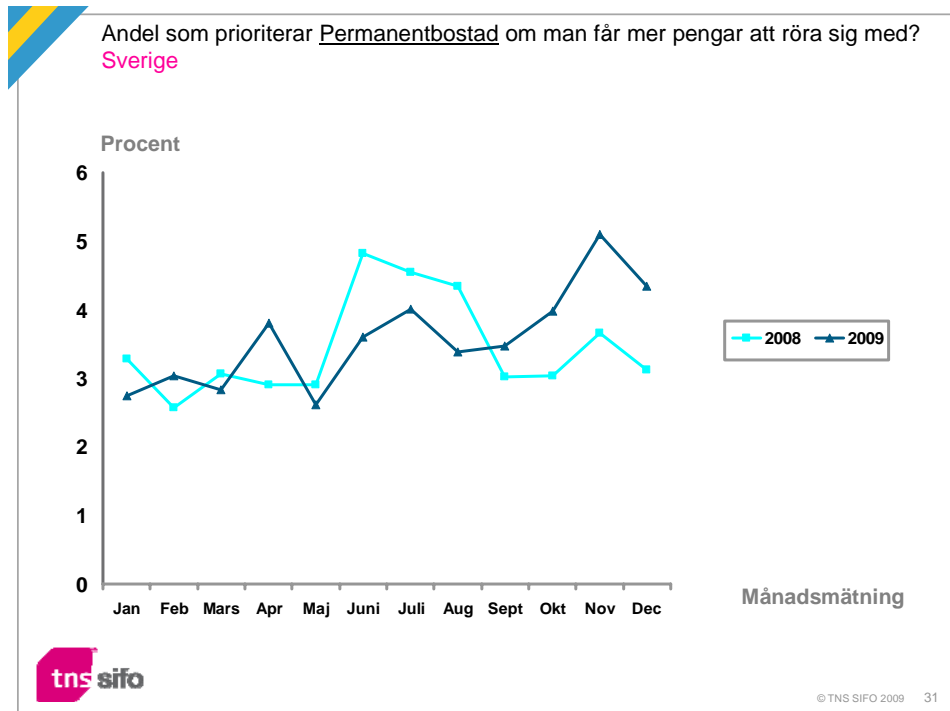


I december steg prioriteringen av maskiner för kök och tvätt, dvs kyl, frys, spis, disk- och tvättmaskin.

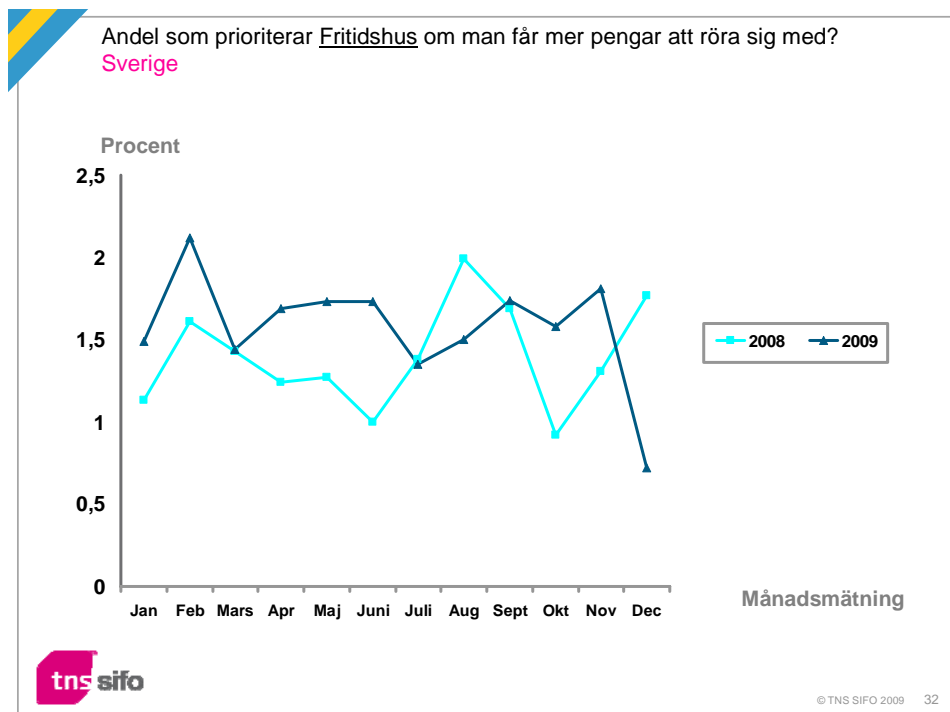


2.2.4. Boende

Andelen som vill prioritera sin permanentbostad har ökat långsiktigt sedan i maj, även om den gjorde en liten sväng nedåt nu i december.



Däremot är prioriteringen av fritidshus bottenlåg just nu.



2.2.5. Sammanfattning av skillnader bland kön och ålder

Generellt sett är kvinnor mer eniga än männen när det gäller vad de vill satsa eventuella extrapengar på. Deras första prioritet är semesterresor, medan sparande kommer i andra hand och skuldbetalning i tredje hand.

För män är sparande däremot förstahandsalternativet, medan semesterresor kommer klart efter i andra hand. Även här är skuldbetalning det tredje valet. Männen har större spridning för sina alternativ och ligger signifikant högre än kvinnorna både vad gäller aktier/ värdepapper, bil/ båt och "bruna varor" som platt-TV, DVD och ljudanläggning.

Unga prioriterar i högre grad än övriga åldersgrupper nya kläder och krogbesök. Medelålders (30-49 år) prioriterar i signifikant högre grad än övriga permanentbostaden. 50-60-åringar vill i högre grad använda pengarna till semesterresor. Pensionärerna vill förnya sina maskiner för kök och tvätt och ge gåvor till barn och/ eller barnbarn om de får mer pengar att röra sig med.

Som alltid vid stickprovsundersökningar gäller att siffrorna är närmevärden, inte exakta.

3. Frågeformulär

TILL ALLA

1. Om din inkomst sedan skatten är dragen skulle öka så att du får lite mer pengar (ungefär 5 procent mer sedan skatten är dragen) att röra dig med, vad skulle du helst använda dessa pengar till?

TILL ALLA

2. Om din inkomst istället skulle minska något (ungefär 5 procent mindre sedan skatten är dragen), vad skulle du då i första hand dra in på?

Svarsalternativ till fråga 1 och 2:

1. Möbler, heminredning
2. TV, radio, stereo, DVD etc
3. Mobiltelefon, bredband, Mp3spelare
4. Maskiner för hushållsarbete, kök och tvätt
5. Bättre bostad
6. Fritidshus
7. Fabriksny bil
8. Begagnad bil
9. Båt
10. Semesterresor
11. Tandläkare, läkarvård, medicin
12. Nya kläder
13. Bättre och godare mat hemma
14. Restaurangbesök, krogen
15. Spara pengarna
16. Köpa aktier eller andra värdepapper
17. Köpa försäkring
18. Betala skulder
19. Gåva till barn/ barnbarn
20. Annat vad?
21. Tveksam, vet ej

TILL ALLA

3. Tror du att du under de kommande tolv månaderna kommer att ha mer eller mindre pengar att röra dig med än vad du har nu, eller ungefär som nu?

1. Mer pengar
2. Ungefär som nu
3. Mindre pengar
4. Tveksam, vet ej

4. Appendix A. Publiceringsregler

Förtydligande av Research International Sweden ABs allmänna villkor vid publicering

Rapport som innehåller resultat från undersökning utförd av Företaget Research International Sweden AB (SIFO Research International), på en klients uppdrag, är klientens egendom. Copyrighten tillfaller Research International Sweden AB om ej annat överenskommits. Om annat ej skriftligen överenskommits, förblir frågeformulär, data och annat material till samtliga undersökningar Research International Sweden ABs egendom. Research International Sweden AB skall ge sitt skriftliga samtycke till publicering av undersökningsresultat till allmänheten. Samtycke lämnas rutinmässigt om ej särskilda motskäl finns.

I Research International Sweden ABs intresse ligger att förhindra felaktigheter i faktaredovisningen och missledande tolkningar av undersökningsresultaten. Om en klient publicerar missvisande siffror eller gör ett missvisande urval av undersökningsresultat, förbehåller sig Research International Sweden AB rätten att publicera korrekta och kompletterande delar av samma undersökning för att redovisa en mer rättvisande och avvägd tolkning.

Följande skall ingå i all publicering:

- frågornas exakta lydelse
- den intervjuform som använts i undersökningen, t ex telefonintervjuer, besöksintervjuer eller postala enkäter
- undersökningspopulation, t ex intervjupersonernas ålder
- antal intervjupersoner
- tiden för fältarbetet
- urvalsmetod om annan metod använts än en som är slumpmässig i alla steg

Publicerade undersökningsresultat skall normalt ej vara baserade på mindre än 1000 intervjuer.

Kunden skall alltid ange SIFO Research International (Research International Sweden AB) eller dess kända varumärken som källa.

När en klient publicerar resultat från en undersökning av Research International Sweden AB, skall den information som ges i första hand gälla klientens egna produkter och/eller tjänster. Information om undersökningsresultatet förande konkurrenters produkter och tjänster kan innefattas, men skall komma i andra hand i presentationen.

Undantag och variationer i dessa regler tillåts då särskilda skäl föreligger och beviljas av Research International Sweden ABs direktions. För att gälla skall sådana undantag och ändringar lämnas skriftligen.

Detta förtydligande vid publicering följer Research International Sweden ABs allmänna villkor, 26/04/02.

050503