

Stand.tv

Meting 28: De zomervakantie tijdens de recessie

- FACTSHEET -

Amsterdam, 8 juni 2009

drs. Frits Spangenberg

drs. Martijn Lampert

drs. Bram van der Lelij

De zomervakantie tijdens de recessie

Stand.tv

Onder de naam Stand.tv (voorheen: de Maatschappelijke Barometer) peilt Motivaction - in samenwerking met Netwerk - regelmatig de stand van het land.

Om trends te achterhalen in de tevredenheid van de bevolking over de eigen leefsituatie, de samenleving, diverse beleidsterreinen en het kabinet maken we sinds maart 2005 gebruik van een vaste set vragen.

Daarnaast maken we diepte-analyses van specifieke actuele onderwerpen. In deze 28^e meting besteden we aandacht aan de zomervakantie tegen de achtergrond van de economische malaise van de laatste tijd. Heeft de recessie invloed op de manier waarop Nederlanders hun zomervakantie invullen?

Hieronder volgen een samenvatting, de belangrijkste onderzoeksresultaten, de onderzoeksverantwoording en een overzicht van de eerdere metingen.

Samenvatting

Het vertrouwen in de Nederlandse economie herstelt. Net als in mei vindt nog maar 15% van de bevolking dat de economie de topprioriteit moet zijn. Drie maanden geleden, in maart, vond nog maar liefst 25% van de Nederlanders de economie het meest urgente probleem. De persoonlijke gevolgen van de recessie worden (vooralsnog) dan ook beperkt gevoeld. Zo kampt een op de tien Nederlanders met betalingsachterstanden.

Ondanks de beperkte persoonlijke financiële consequenties van de recessie gaat een meerderheid de afgelopen tijd wel kritischer met uitgaven om. Zo is 45% meer op prijzen gaan letten. Ook ziet bij 26% de zomervakantie er dit jaar soberder uit door de recessie: 15% kiest voor een goedkopere vakantie en 11% gaat vanwege de recessie maar helemaal niet.

Onderzoeksresultaten

Het economisch vertrouwen in Nederland herstelt

- De *economie* is op dit moment voor 15% van de Nederlanders het meest urgente maatschappelijk probleem. In maart vond 25% de economische situatie nog het meest urgent. De eerste signalen van dit forse herstel in economisch vertrouwen zagen we al in de Stand.tv-meting van begin mei. Ook toen wees nog maar 15% de economie aan als probleem dat het meest dringend om een oplossing vraagt.
- De economie krijgt nu even veel prioriteit als *de wijze waarop mensen met elkaar omgaan*, gevolgd door *normen en waarden* en *de zorg* (beiden 14%).
- De top-20 ziet er nu als volgt uit:

1) Economische situatie	15%
2) Wijze waarop mensen met elkaar omgaan	15%
3) Normen en waarden	14%
4) De zorg	14%
5) Sociale zekerheid	7%
6) Natuur en milieu	6%
7) Veiligheid	6%
8) Integratie	4%
9) Onderwijs	4%
10) Rechtssysteem	4%
11) De politiek	3%
12) De strijd tegen terreur	3%
13) Verkeer en vervoer	2%
14) De democratie	1%
15) De overheid	1%
16) Het koningshuis	1%
17) Wonen	1%
18) De media	0%
19) Internationale samenwerking	0%
20) Levensbeschouwing en zingeving	0%
- De sterkste stijgers ten opzichte van begin mei zijn:
 - 1) De zorg (+3 procentpunt)
 - 2) Natuur en milieu (+3 procentpunt)
 - 3) Veiligheid (+2 procentpunt)
- De sterkste dalers ten opzichte van begin mei zijn:
 - 1) De wijze waarop mensen met elkaar omgaan (-2 procentpunt)
 - 2) Rechtssysteem (-2 procentpunt)
 - 3) Integratie (-2 procentpunt)
 - 4) De politiek (-2 procentpunt)

Persoonlijke gevolgen recessie beperkt

- Ongeveer een derde van de Nederlanders (34%) heeft persoonlijk gevolgen ondervonden van de recessie. Meest genoemde gevolgen zijn dat het spaargeld of de beleggingen minder waard zijn geworden (16%), dat men geen inflatiecorrectie krijgt (10%) of dat het inkomen of dat van de partner is gedaald (8%).
- Een kleine maar noemenswaardige groep (10%) kampt met betalingsachterstanden. 4% van de Nederlanders heeft moeite een lening af te lossen bij familie, vrienden of kennissen en 3% bij een bank of kredietverstrekker. Deze cijfers liggen iets hoger dan in oktober 2008.

Meerderheid houdt wel hand op de knip

- Ondanks de tamelijk beperkte financiële consequenties van de recessie voor de bevolking, is wel een duidelijke meerderheid (58%) van de Nederlanders de afgelopen tijd kritischer gaan letten op persoonlijke uitgaven. Dit doet men vooral door meer op prijzen te letten (45%), minder (dure) kleren te kopen (18%) of minder uit eten te gaan (14%) (zie verder tabel).

Tabel:

Bent u de afgelopen tijd kritischer gaan letten op uw persoonlijke uitgaven? (n=625)

Nee	39%
Ja, meer op prijzen letten	45%
Ja, minder (dure) kleren kopen	18%
Ja, minder uit eten gaan	14%
Ja, grote uitgaven uitstellen (zoals aanschaf wasmachine of TV)	10%
Ja, meer tweedehands kopen	9%
Ja, minder op (dure) vakanties gaan	8%
Ja, minder autorijden	7%
Ja, meer via internet kopen	6%
Ja, meer op de markt kopen in plaats van in de supermarkt	5%
Ja, minder op afbetaling kopen	4%
Ja, anders, namelijk:	4%
Ja, minder snel een lening afsluiten	3%
Weet niet/geen mening	3%
Ja, minder aandelen kopen	1%

- Verder zegt 35% zich door de recessie meer zorgen te maken over zijn of haar financiële situatie en vreest 18% van de Nederlanders dat door de recessie zijn/haar baan op het spel staat of die van zijn/haar partner.

Soberder zomervakantie voor kwart Nederlanders

- Hoewel maar 8% aangeeft vanwege de recessie *minder vaak* op (dure) vakantie te gaan (zie tabel hierboven) ziet de *zomervakantie* er bij 26% van de Nederlanders op de een of andere manier soberder uit:

- 11% van alle Nederlanders gaat deze zomer niet op vakantie vanwege de recessie, en
- 15% doet zuiniger aan met de vakantie.

- Degenen die thuis blijven vanwege de recessie doen dit meestal omdat ze minder inkomsten of vermogen hebben vanwege de recessie (18% van hen) maar ook bijvoorbeeld omdat ze hun geld gewoon liever sparen (8%).

- Degenen die wel gaan maar bezuinigen op hun vakantie doen dit vooral door minder luxe op vakantie te gaan (10%), minder lang te gaan (9%) of in eigen land te gaan (7%).

- Nog geen derde (30%) van de Nederlanders die vakantiegeld krijgt, gebruikt dit daadwerkelijk voor de vakantie. Andere veelvoorkomende bestemmingen van het vakantiegeld zijn:
 - op een spaarrekening zetten (22%)
 - schulden aflossen, roodstand betaalrekening wegwerken of rekeningen betalen (12%)
 - niets speciaals, ik laat het gewoon op mijn betaalrekening staan (9%)
 - Onderhoud huis of tuin (7%)
 - Uitgeven aan dagelijkse boodschappen (5%)
 - Aanschaffen dure producten (zoals wasmachine, tv of meubels) (5%)
 - Onderhoud auto (3%)

Steun Nederlandse economie geen motief voor vakantie in eigen land

- Een krappe meerderheid van de Nederlanders (58%) vindt op vakantie gaan in Nederland een aantrekkelijke optie. Maar slechts 5% van de Nederlanders vindt het een aantrekkelijke optie om op vakantie te gaan in Nederland om zo de economie te steunen.

- Redenen om wel in eigen land vakantie te vieren, zijn:
 - er is genoeg te zien of te doen (41%)
 - het is goed betaalbaar (12%)De belangrijkste reden om niet in Nederland te blijven is de angst voor slecht weer (22%).

Methode van onderzoek

Het onderzoek is gebaseerd op een vragenlijst onder een representatieve steekproef van de Nederlandse bevolking van 18 tot en met 70 jaar (n=625).

De dataverzameling vond plaats op 3 juni 2009. Voor de dataverzameling is gebruikgemaakt van het StemPunt.nu-panel van Motivaction (www.stempunt.nu) waaraan nu ruim 90.000 Nederlanders deelnemen.

Bij de steekproeftrekking is gebruikgemaakt van propensitysampling, een techniek om tot een zo representatief mogelijke bruto steekproef te komen op een groot aantal variabelen, waaronder Mentality-milieu (waardeoriëntaties), waarbij rekening wordt gehouden met de responsgeneigdheid van de panelleden (panelleden met een lage responsgeneigdheid worden oversampled in de bruto steekproef). De netto steekproef is vervolgens propensity gewogen voor opleiding, leeftijd, geslacht, Nielsen-regio, Mentality-milieu (waardeoriëntaties) en stemgedrag Tweede Kamerverkiezingen 2006.

Overzicht metingen Stand.tv (voorheen: de Maatschappelijke Barometer)

Meting	Thema	Datum uitzending
1	Introductie barometer	07-03-2005
2	Softdrugsbeleid	18-04-2005
3	Tolerantie	02-05-2005
4	Maatschappelijke klimaat na het referendum over Europese grondwet	16-06-2005
5	Acceptatie homoseksualiteit	04-07-2005
6	Begroting van het Volk 1	19-09-2005
7	Extra meting Stand van de barometer	19-09-2005
8	Theo van Gogh/Vrijheid van meningsuiting	02-11-2005
9	Vrijwilligerswerk en mantelzorg	06-12-2005
10	Wensen en verwachtingen voor 2006	30-01-2006
11	Gezondheid, eten en overgewicht	27-03-2006
12	Europa	31-05-2006
13	Begroting van het Volk 2	18-09-2006
14	Programma van het Volk (maatschappelijk vertrouwen en veiligheid)	11-10 & 18-10-2006
15	Programma van het Volk (economie en inrichting)	25-10 & 01-11-2006
16	Programma van het Volk (overheid, politiek en verzorgingsstaat)	08-11 & 15-11-2006
17	Programma van het Volk (programma, partijfilosofie, leiderschap)	20-11-2006
18	Het nieuwe regeerakkoord	26-02-2007
19	Klimaatverandering	02-07-2007
20	Begroting van het Volk 3	17-09-2007
21	Nederland 6 jaar na 11 september	10-09-2007
22	Fitna	28-03-2008
23	Meting stand van de barometer	15-09-2008
24	Stand van de Barometer, kredietcrisis en schulden	10-11-2009
25	Gevolgen financiële crisis onder Nederlandse bevolking	13-03-2009
26	De achterban van de PVV	20-04-2009
27	Omgangsvormen en onbeschoft gedrag	18-05-2009
28	De recessie en de zomervakantie	15-06-2009



Informatie

Voor nadere toelichting kunt u contact opnemen met:

Frits Spangenberg
f.spangenberg@motivaction.nl

Martijn Lampert
m.lampert@motivaction.nl

Bram van der Lelij
b.vanderlelij@motivaction.nl

MOTIVACTION

research and strategy

Postbus 15262

1001 MG AMSTERDAM

Marnixkade 109 F

1015 ZL AMSTERDAM

T +31 (0)20 589 83 83

F +31 (0)20 589 83 00

W www.motivaction.nl