

# Statistiek

## Overstappen van autoverzekering

GEDRAG

Uit een screening eind 2016 onder 28.859 leden van het representatieve GfK-consumentenpanel blijkt dat ongeveer vier op de vijf van alle Nederlandse huishoudens een autoverzekering heeft en dat 1,4 procent in de afgelopen twaalf maanden voor het eerst een autoverzekering afsloot. Aangezien deze verzekering verplicht is, kan gesteld worden dat een op de vijf geen auto heeft of er niet in rijdt.

Van de consumenten die al een autoverzekering hadden, is 7,7 procent in de afgelopen twaalf maanden naar een andere verzekeraar overgestapt. Ter vergelijking: volgens zorginformatiebureau Vektis wisselde 6,4 procent eind 2016 van zorgverzekeraar, en de ACM becijferde dat 17 procent van de energieconsumenten tussen medio 2015 en medio 2016 overstapte.

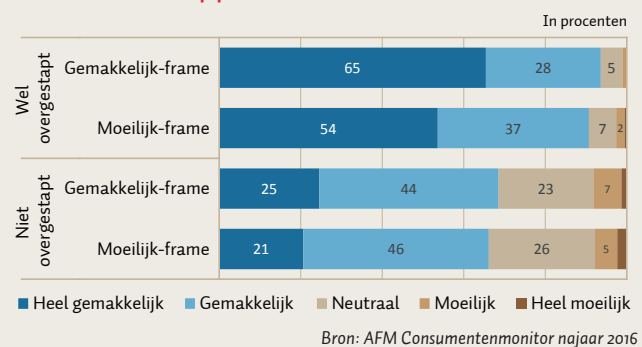
Mensen die zijn overgestapt naar een andere autoverzekering, beoordelen overstappen als makkelijker dan niet-overstappers. In verdiepend onderzoek is 817 autoverzekerden in een experimentele setting gevraagd hoeveel moeite het kost om over te stappen van verzekeraar. Daaruit bleek dat 92 procent van de mensen die het afgelopen jaar overgestapt zijn dit gemakkelijk of heel gemakkelijk vond. Twee derde van de niet-overstappers denkt dat switchen gemakkelijk is. In absolute zin vindt een meerderheid van beide groepen overstappen gemakkelijk.

Onderdeel van het experiment was dat twee willekeurig gevormde groepen respondenten een andere vraagstelling kregen. De ene groep kreeg de vraag "Hoe *moeilijk* denkt u dat het is om over te stappen van verzekeraar?" (het 'moeilijk-frame'). De andere groep werd gevraagd "Hoe *gemakkelijk* denkt u dat het is om over te stappen van verzekeraar?" (het 'gemakkelijk-frame'). Verder waren de vraag- en antwoordmogelijkheden identiek.

Dit verschil in vraagstelling leidde tot statistisch significante verschillen. Zowel overstappers als niet-overstappers die de vraag in het 'gemakkelijk-frame' voorgelegd kregen, beoordelen overstappen als gemakkelijker dan respondenten die de vraag in het 'moeilijk-frame' kregen (figuur). In absolute termen zijn de verschillen, door deze manier van het formuleren van vragen, enkele procentpunten.

Er lijken vanuit consumentenperspectief dus weinig echte of gepercipiëerde overstapdrempels te zijn voor het wisselen van autoverzekering. En door de wijze van formulering, lijken mogelijke drempels zelfs nog verder verlaagd te kunnen worden. ■ **WILTE ZIJLSTRA** (AFM)

### Hoe moeilijk/gemakkelijk denkt u dat het is om over te stappen van autoverzekeraar?



## Bijgeschreven rente stuwt recente toename spaargeld

ECONOMIE & SAMENLEVING

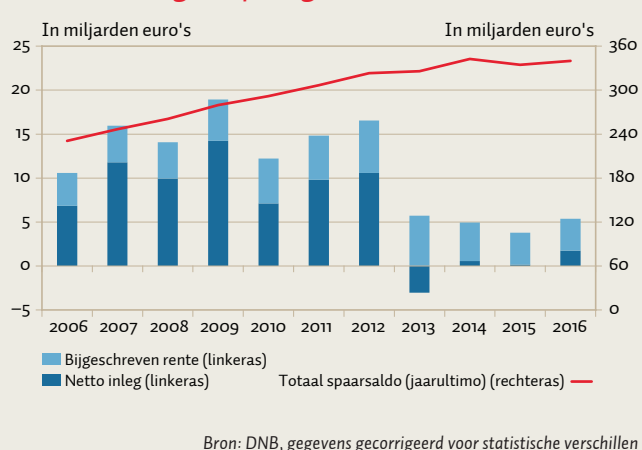
Nederlanders blijven een spaarzaam volk. Eind 2016 stond voor 340 miljard euro spaargeld van huishoudens op rekeningen bij Nederlandse banken. Hiervan staat 16 procent, zo'n 53 miljard euro, op een deposito met vaste looptijd. Dit zijn vooral fiscaal aantrekkelijke bankspaarrekeningen ten behoeve van de aflossing van de hypotheek en oudedagvoorziening of het onderbrengen van een gouden handdruk. De overige 84 procent staat op vrij opneembare spaarrekeningen, zoals internetspaarrekeningen.

Sinds eind 2007, na de aanvang van de kredietcrisis, is de hoeveelheid spaargeld met 93 miljard euro toegenomen. De toename in de hoeveelheid spaargeld tot en met 2012 is vooral te danken aan de netto-inleg van gemiddeld 10,3 miljard euro per jaar (zie figuur). De jaarlijks bijgeschreven rente was in die periode beduidend minder, maar nam wel toe van 4,1 miljard euro in 2008 tot 6 miljard in 2012. Belangrijke oorzaken voor de toename in de totale hoeveelheid spaargeld waren de economische onzekerheid, de opgelopen rente op – met name het vaststaande – spaargeld en de introductie van fiscaal aantrekkelijke bankspaarproducten in 2008.

In 2013 is er sprake van netto-onttrekking van spaargeld (3 miljard euro) en in de jaren daarna is de netto-inleg marginaal in vergelijking met de voorgaande periode. De toename van spaartegoeden vanaf 2013 met 16,8 miljard euro is daardoor enkel toe te schrijven aan de bijgeschreven rente. De verandering die sinds 2013 zichtbaar is, kan mede worden verklaard door de daling van het reële besteedbaar inkomen tussen 2012 en 2014 en de al maar dalende rente op spaargeld. Enerzijds konden huis-

houdens dus minder sparen en anderzijds zoeken zij naar rendabelere alternatieven voor hun spaargeld. Hierbij valt te denken aan het aflossen van (hypothecaire) leningen, wat ook door de overheid en financiële instellingen actief wordt gefaciliteerd. Ook laten zij meer geld op hun betaalrekeningen staan, omdat de vergoeding op spaargeld blijkbaar niet opweegt tegen de flexibiliteit. ■ **RUBEN VAN DER HELM** (DNB)

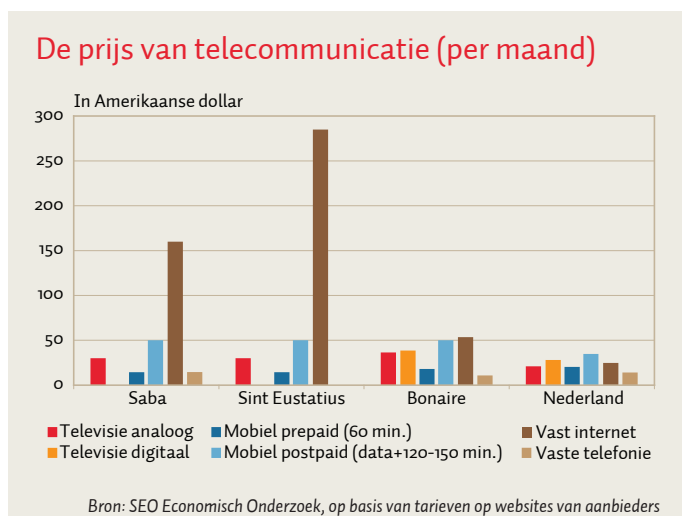
### Ontwikkelingen spaargeld



## Prijzige telecommunicatie in Caribisch Nederland

MARKTORDENING

Sinds 10 oktober 2010 zijn Bonaire, Sint Eustatius en Saba gemeenten van Nederland. Een recente evaluatie van deze nieuwe staatkundige positie van de drie Caribische gemeenten van Nederland laat zien dat er teleurstelling heerst over het bereikte resultaat. De zwakke koopkracht op de eilanden, en het gebrek aan verbetering daarin, is een belangrijke bron van ontevredenheid. Het inkomen per hoofd bedraagt ongeveer de helft van dat in Europees Nederland, terwijl de prijzen van levensmiddelen er zo'n veertig procent hoger zijn.



Een vergelijking van prijzen van telecommunicatiediensten laat zien dat deze ook aanzienlijk hoger zijn dan in Nederland. Een vaste internetverbinding is op Bonaire twee keer zo duur als in Nederland; op Saba ruim zes keer zo duur en op Sint Eustatius ruim tien keer zo duur. Tel daarbij op dat de kwaliteit van het vaste internet gemeten in capaciteit (Mbps) in Nederland ongeveer vier keer hoger is.

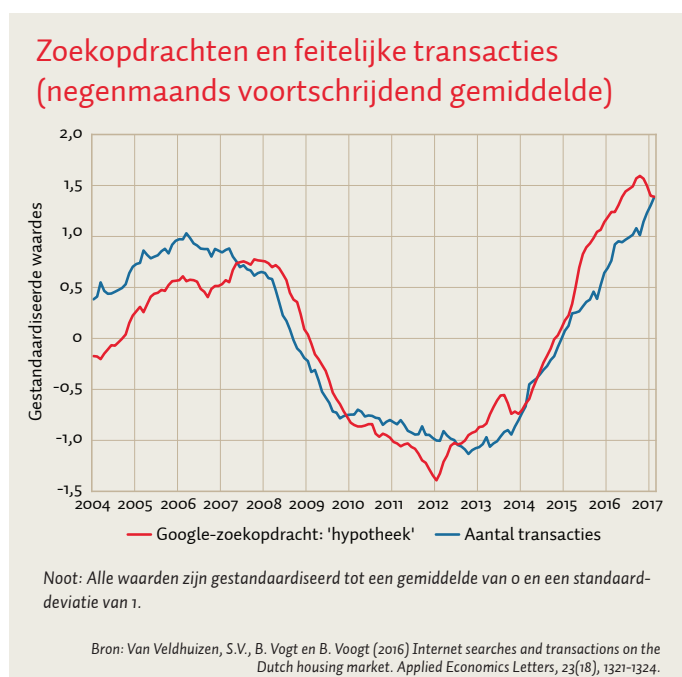
Wel is de kwaliteit van internet aanzienlijk verbeterd op de eilanden sinds de transitie naar het Nederlandse staatsbestel. Op Bonaire dankzij investeringen van de lokale telecombedrijven en op Saba en Sint Eustatius dankzij de aanleg van een zeekabel door de Nederlandse Rijksoverheid. De prijzen van mobiele telefonie zijn niet altijd hoger. *Postpaid* mobiele telefonie is in Caribisch Nederland ongeveer een factor anderhalf duurder dan in Nederland, terwijl *prepaid* telefonie juist goedkoper is. Telecommunicatie is tegenwoordig een eerste levensbehoefte en de kosten daarvan zijn belangrijk voor de koopkracht. Daarnaast is goede en betaalbare telecommunicatie essentieel voor investeerders en ondernemers op de drie eilanden van Caribisch Nederland. Als het gaat om de koopkracht, spitst de discussie tussen de Rijksoverheid en de besturen van de drie Caribische gemeenten zich vaak toe op inkomenspolitiek. Deze discussie zou zich moeten verbreden naar zaken die essentieel zijn voor de bedrijvigheid op, en de economische ontwikkeling van de eilanden. Betere en betaalbare telecommunicatie is daar één van.

• **KOERT VAN BUIREN** (SEO ECONOMISCH ONDERZOEK)

## Een voorlopende huizenmarktindicator

WONINGMARKT

Een belangrijke indicator voor ontwikkelingen op de huizenmarkt is het aantal transacties van koopwoningen. Het nadeel van deze indicator is dat hij achter de feiten aanloopt, omdat de transacties al



hebben plaatsgevonden en deze data ook met enige vertraging beschikbaar komen. Een goede indicator heeft juist een vooruitziende blik en bovendien een intuïtief verband met veranderingen in marktomstandigheden.

Omdat consumenten veelvuldig gebruikmaken van Google om informatie te verzamelen wanneer zij een nieuw huis willen kopen, is een nieuwe vooruitziende indicator beschikbaar gekomen. Wanneer consumenten op zoek gaan naar een nieuw huis gebruiken ze op internet ook vaak de zoekterm 'hypothec'. We kunnen zodoende het aantal zoekopdrachten naar hypotheek vergelijken met het daadwerkelijke aantal transacties van koopwoningen in Nederland. Daaruit blijkt een sterke correlatie tussen het aantal zoekopdrachten bij Google en het aantal feitelijke transacties op de huizenmarkt (figuur).

Bijkomend voordeel van deze indicator is dat de zoekopdrachten vooruitlopen op transacties. Dit is niet verwonderlijk aangezien het aanvragen van een hypotheek, en daarmee het zoeken naar een hypotheek altijd vóór de aankoop plaatsvindt. Eerder CPB-onderzoek laat zien dat zoekopdrachten bij Google een significant positieve correlatie hebben met het daadwerkelijke aantal transacties van zes en negen maanden later. Deze vooruitlopende ontwikkeling van zoekopdrachten is ook te zien in de figuur, want de zoekopdrachten naar 'hypothec' beginnen bijvoorbeeld al in juni 2015 te stijgen terwijl het aantal transacties pas zes maanden later aantrekt. In de laatste maanden van 2016 dalen de zoekopdrachten. Dit kan op een mogelijke daling in transacties voor 2017 wijzen. • **SANDER VAN VELDHUIZEN, BART VOOGT EN BENEDIKT VOGT** (CPB)