

Vertrouwen in economie en maatschappelijke actoren

Het consumentenvertrouwen in Nederland is sinds begin 2010 sterk gedaald. Dat geldt ook voor het vertrouwen dat Nederlandse consumenten in maatschappelijke actoren met directe economische invloed hebben, zoals politici en bankiers. Het vertrouwen in economische invloedhebbers en het consumentenvertrouwen hebben invloed op elkaar. Een daling in het vertrouwen in cruciale maatschappelijke actoren blijkt het consumentenvertrouwen negatief te beïnvloeden.

JORNA LEENHEER

Senior-onderzoeker bij CentERdata en aan de Universiteit van Tilburg

RIK PIETERS

Hoogleraar aan de Universiteit van Tilburg

Maatschappelijke actoren spelen een sleutelrol in het economische verkeer. Politici vertegenwoordigen burgers en maken beleid op nationaal en lokaal niveau, bankiers verstrekken leningen en bewaken de stabiliteit van het financiële systeem, artsen staan zo goed en lang mogelijk voor onze gezondheid in. Maar naast de directe economische rol die maatschappelijke actoren spelen, zijn zij een thermometer voor het economische systeem. Er bestaat empirisch bewijs dat de conjunctuur effect heeft op de mate van vertrouwen in maatschappelijke actoren, want juist gedurende recessies staat dit vertrouwen onder druk (Stevenson en Wolfers, 2011). Maar de relatie zou ook wederkerig kunnen zijn. Een verslechtering van het vertrouwen in maatschappelijke actoren zet dan op haar beurt het consumentenvertrouwen onder druk en remt daarmee de economische ontwikkeling af. In dat geval hebben maatschappelijke actoren niet alleen een directe invloed op de economie via het gevoerde beleid en hun specifieke beslissingen, maar ook een indirecte invloed via het consumentenvertrou-

wen in de economie (een uitstralings-effect). Paneldata bieden de mogelijkheid om deze relaties nader te onderzoeken.

MAATSCHAPPELIJKE ACTOREN

Sinds 2008 voert de Universiteit van Tilburg het TILCOM-onderzoek uit bij een representatieve steekproef onder Nederlandse consumenten, waarbij gebruikgemaakt wordt van het LISS panel (Langlopende Internet Studies voor de Sociale Wetenschappen, www.lissdata.nl). De meting vindt elk kwartaal plaats bij ruim 2500 Nederlanders. Consumenten wordt gevraagd naar hun emoties als ze denken over hun toekomstige inkomen, naar hun consumptie-intenties en gedrag, en naar hun algemene vertrouwen in de economie. Sinds 2010 is ook drie keer gevraagd naar het vertrouwen dat consumenten hebben in verschillende maatschappelijke actoren. In 2011 is de lijst van vijf uitgebreid tot in totaal acht actoren. Sommige actoren werden in de lijst opgenomen omdat consumenten ze naar verwachting in hoge mate en constant in de tijd vertrouwen, zoals huisartsen. Andere actoren werden opgenomen omdat consumenten ze naar verwachting in lage mate en constant of wellicht steeds minder vertrouwen, zoals makelaars. Het gaat hierbij niet om de accuraatheid of terechtheid van deze positie, aangezien het de gevoelens van vertrouwen van consumenten betreft. Dat dergelijke gevoelens een belangrijk effect op gedrag kunnen hebben, is evident. Door in het onderzoek een maximaal vertrouwen en een minimaal vertrouwen in actoren te definiëren, is het eenvoudiger om de niveaus en veranderingen te interpreteren.

Tabel 1 geeft het vertrouwen van Nederlanders in maatschappelijke actoren weer per medio 2010, 2011 en 2012 voor acht beroepsgroepen: nationale politici, lokale politici, huisartsen, makelaars, bankiers, managers van grote bedrijven, ondernemers en hoogleraren. Vertrouwen is gedefinieerd als de mate waarin de consument vindt dat de betreffende beroepsgroep zich voor zijn belangen inzet. Dit is gemeten op een zevenpuntsschaal waarbij 1 staat voor 'heel laag', 4 voor 'niet hoog/niet laag' en 7 voor 'heel hoog'.

De auteur heeft verklaard dit artikel alleen te publiceren in ESB en niet elders te publiceren in wat voor medium dan ook. Het is wel toegestaan om het artikel voor eigen gebruik en voor publicatie op een intranet van de werkgever van de auteur aan te wenden.

In 2010 bleek het vertrouwen in bankiers het laagst van alle beroepsgroepen (2,78), significant lager dan het vertrouwen in nationale politici (3,21) en makelaars (3,26) die daarna het minste vertrouwen genieten (tabel 1). Het vertrouwen in huisartsen was het grootst (4,71), het is de enige beroepsgroep die significant hoger dan neutraal (4) scoort. In 2010 en 2011 stijgt het vertrouwen in landelijke politici en bankiers significant, terwijl in 2011 en 2012 het vertrouwen in nationale en lokale politici daalde tot een niveau lager dan in 2010. Het vertrouwen dat nationale politici even herwonnen hadden bij consumenten, werd weer verloren, en lokale politici raakten eveneens het vertrouwen van de consumenten iets verder kwijt. Ondanks de stijging gedurende 2010 krijgen bankiers zowel in 2011 (2,88) als in 2012 (2,80) het minste vertrouwen van de Nederlandse bevolking van alle maatschappelijke actoren. Of dit vertrouwen al veel langer laag is of dat het zijn deuk vooral tijdens de huidige crisis opgelopen heeft, kan niet vastgesteld worden met de huidige gegevens. Het vertrouwen in hoogleraren liep een deukje op gedurende 2011, maar is nog steeds relatief hoog. Ze staan eind 2012

nog steeds op de tweede plaats, na huisartsen die het hoogste vertrouwen blijven genieten, en vóór ondernemers die op plaats drie staan. Het gat tussen deze kopgroep van drie en de rest van de maatschappelijke actoren is groot in de mate van vertrouwen dat ze van consumenten krijgen (bijna een heel schaalpunt: 4,10 versus 3,17; tabel 1, rechter kolom).

Een factoranalyse werd uitgevoerd om vast te stellen welke vragensystematisch met elkaar samenhangen. Zulke vragen presenteren een dieperliggende dimensie (factor) die mensen gebruiken bij hun beoordelingen. Uit deze analyse blijkt dat het vertrouwen van de consument in de acht beroepsgroepen uiteenvalt in twee factoren. Deze zijn te benoemen als 'economische invloedhebbers' enerzijds: nationale en lokale politici, makelaars, bankiers en managers (Cronbachs $\alpha = 0,82$); en als 'professionals' anderzijds: huisartsen, hoogleraren, ondernemers (Cronbachs $\alpha = 0,71$). De Cronbachs alfa is een maat voor de gemiddelde samenhang tussen vragen in een schaal (0 = minimum en 1 = maximum), en een waarde van 0,70 of hoger wordt veelal als goed beoordeeld.

Het vertrouwen in de professionals blijft in 2011 en 2012 stabiel (gemiddelden: 4,44 en 4,40), terwijl het vertrouwen in de economische invloedhebbers daalt van 3,21 naar 3,05. In beide jaren ligt het vertrouwen in professionals op een significant hoger niveau dan het vertrouwen in economische invloedhebbers; voor 2011 is het verschil 1,23 en significant op eenprocentniveau. Dit lijken kleine verschillen, maar omdat ze berekend zijn over meerdere actoren en bij een grote representatieve steekproef, zijn ze niet te veronachtzamen.

SAMENHANG

Hoewel het consumentenvertrouwen in de economie vaak als een geaggregeerde maat onderzocht wordt (een gemiddelde over meerdere vragen) is het nuttig om naar twee specifieke componenten in het consumentenvertrouwen te kijken (Ludvigson, 2004). Bij de analyse van de relatie tussen vertrouwen in maatschappelijke actoren en consumentenvertrouwen is onderscheid gemaakt tussen vertrouwen in de nationale economie (*Vert_natec*) en vertrouwen in de eigen persoonlijke financiële situatie (*Vert_persfin*). De persoonlijke component vertoont vaak een groter verband met toekomstige aankoopbeslissingen.

De data zijn op consumentenniveau geanalyseerd met behulp van *cross-lagged*-regressie-analyses, gebaseerd op het werk van Granger (1969). Het basisidee is dat er evidentie voor het causale effect tussen twee variabelen (y_1 en y_2) kan worden gevonden met gegevens over twee of meer periodes ($t = 1, 2$). Daarbij worden twee regressiemodellen (simultaan) geschat met als te verklaren (criterium)variabelen respectievelijk y_1 en y_2 op $t = 2$ en als verklarende variabelen in beide modellen zowel y_1 als y_2 op $t = 1$. Met andere woorden: de test is of een variabele y_1 op $t = 1$ een effect heeft op de variabele y_2 op $t = 2$, terwijl je rekening houdt met het effect dat y_2 op $t = 1$ op zichzelf heeft, dat is, y_2 op $t = 2$. Samenvattend betreft het een autoregressief model met kruisverbanden, waarbij een variabele op tijdstip 1 (y_2) de verandering tussen tijdstip 1 en tijdstip 2 (Δy_1) in een andere variabele verklaart, rekening houdend met de waarde van die andere variabele (y_1) op tijdstip 1. Enkel indien een bepaalde externe schok de variabele y_1 onmiddellijk en y_2 met een vertraging beïnvloedt, zouden gevonden correlaties niet op causale relaties maar op schijnrelaties kunnen duiden. Binnen de huidige studie lijkt een der-

Vertrouwen in maatschappelijke actoren

TABEL 1

Beroepsgroep	Rang in 2012	2010	2011	2012
Huisartsen	1	4,71	4,68	4,72
Hoogleraren	2	- ¹	4,49	4,38*
Ondernemers	3	- ¹	4,15	4,10
Managers	4	- ¹	3,27	3,17
Makelaars	5	3,26	3,22	3,15
Lokale politici	6	3,38	3,36	3,14*
Nationale politici	7	3,21	3,31*	2,99*
Bankiers	8	2,78	2,88*	2,80
N		2534	2523	2654

* Significante verandering ten opzichte van de vorige meting op vijfprocentniveau (t-testen, $p < 0,05$)

¹ Niet opgenomen in deze meting.

Multivariate regressieanalyse vertrouwen in maatschappelijke actoren en vertrouwen in economie

TABEL 2

Verklarende variabelen:	Afhankelijke variabele			
	<i>Vert_ecinvl</i> ₂₀₁₂	<i>Vert_hoogl</i> ₂₀₁₂	<i>Vert_natec</i> ₂₀₁₂	<i>Vert_persfin</i> ₂₀₁₂
	b	b	b	b
Constante	1,337***	1,474***	1,508***	1,496***
<i>Vert_ecinvl</i> ₂₀₁₁	0,603***	0,064*	0,130***	0,082***
<i>Vert_prof</i> ₂₀₁₁	-0,036	0,423***	-0,024	0,000
<i>Vert_natec</i> ₂₀₁₁	0,158***	0,088***	0,225***	0,062**
<i>Vert_persfin</i> ₂₀₁₁	0,031	0,058	0,093***	0,45***
Leeftijd	-0,03***	0,012	-0,027***	-0,022***
Leeftijd ² × 1000	0,268***	-0,076	0,240***	0,204***
Man	0,073	0,040	-0,030	-0,069*
Lage opleiding (basis/vmbo)	-0,133***	-0,002	0,026	-0,044
Hoge opleiding (hbo/wo)	0,141**	0,143**	0,030	0,069
Grote stad	0,073	0,076	0,098*	0,091*
R ²	0,437	0,264	0,204	0,315

//** Significat op respectievelijk tien-, vijf- en eenprocentniveau

gelijke situatie onwaarschijnlijk omdat er met data van lage frequentie wordt gewerkt (jaardata), en het om gelijksoortige concepten gaat (vertrouwen) gemeten onder dezelfde groep respondenten (consumenten), wat grote verschillen in doorwerkijd niet waarschijnlijk maakt. Een gecontroleerd of natuurlijk experiment met random toewijzing aan condities is de ultieme test voor causaliteit, maar dat is vaak niet mogelijk, bijvoorbeeld in dit geval. Daarom zijn deze analyses op paneldata het beste alternatief.

In de voorliggende casus met vier verschillende variabelen (namelijk vertrouwen in professionals en in economische invloedhebbers, vertrouwen in de nationale economie en in de persoonlijke financiële situatie), komt dit neer op het simultaan schatten van vier regressiemodellen met een multivariate regressie-analyse: in vergelijkingen 1-4 is een set van sociaaldemografische kenmerken C (leeftijd, leeftijd in het kwadraat, opleiding, geslacht, stedelijkheid woonplaats) opgenomen als controlevariabelen, waarmee wordt gecorrigeerd voor potentiële achterliggende factoren (kader 1). Het aantal complete observaties is 915.

Het vertrouwen in economische invloedhebbers heeft een positief, significant effect op het vertrouwen in de nationale economie in het daarop volgende jaar ($b = 0,130$) en het vertrouwen in de Nederlandse economie beïnvloedt op zijn beurt het vertrouwen in economische invloedhebbers significant, in positieve richting ($b = 0,158$) (tabel 2). Het vertrouwen in economische invloedhebbers heeft eveneens een significant, positief effect op het vertrouwen in de eigen persoonlijke financiën ($b = 0,082$), maar dit effect is niet wederkerig (coëfficiënt niet significant). Het vertrouwen in de eigen persoonlijke financiën heeft dus geen effect op de verandering in het vertrouwen in economische invloedhebbers.

Verder geldt dat het vertrouwen in de Nederlandse economie een significant, positief effect heeft op het vertrouwen in professionals ($b = 0,088$), maar het vertrouwen in professionals beïnvloedt het consumentenvertrouwen op zijn beurt niet (coëfficiënt niet significant). Tussen vertrouwen in professionals (*trust*) en vertrouwen in de eigen persoonlijke financiën (*confidence*) wordt geen significante relatie gevonden. Van het vertrouwen in professionals gaat dus effect uit op het consumentenvertrouwen. Verder wordt ieder van de vier criteriumvariabelen significant verklaard door dezelfde variabele gemeten in het voorgaande jaar. Dit laat zien dat het vertrouwen van consumenten niet van jaar tot jaar volledig door elkaar geschud wordt, maar dat consumenten die in een bepaald jaar een hoger of lager vertrouwen hebben, dat ook in bepaalde mate het jaar erna hebben.

Ten slotte hebben hoogopgeleiden een relatief hoog vertrouwen in economische invloedhebbers en professionals. Mogelijk hangt dit samen met het feit dat economische invloedhebbers en professionals veelal zelf hoogopgeleid zijn en men zich sterker met de groep identificeert of er zelfs toe behoort, maar dit kan op basis van de data niet worden bewezen.

CONCLUSIES

Tijdens de huidige economische crisis staat het vertrouwen in maatschappelijke actoren onder druk, maar dit geldt vooral voor beroepsgroepen met een directe economische invloed zoals politici en bankiers, en niet zozeer voor professionals als artsen en ondernemers.

Vergelijkingen

KADER 1

$$\begin{aligned} \text{Vert_ecinvl}_{2012,i} &= \beta_0 + \beta_1 \text{Vert_ecinvl}_{2012,i} + \beta_2 \text{Vert_hoogl}_{2012,i} \\ &+ \beta_3 \text{natec}_{2012,i} + \beta_4 \text{Vert_persfin}_{2012,i} + \sum_{c=5}^c \beta_c C_{2012,i} + \varepsilon_{1i} \end{aligned} \quad (1)$$

$$\begin{aligned} \text{Vert_hoogl}_{2012,i} &= \beta_0 + \beta_1 \text{Vert_ecinvl}_{2012,i} + \beta_2 \text{Vert_hoogl}_{2012,i} \\ &+ \beta_3 \text{natec}_{2012,i} + \beta_4 \text{Vert_persfin}_{2012,i} + \sum_{c=5}^c \beta_c C_{2012,i} + \varepsilon_{2i} \end{aligned} \quad (2)$$

$$\begin{aligned} \text{Vert_natec}_{2012,i} &= \beta_0 + \beta_1 \text{Vert_ecinvl}_{2012,i} + \beta_2 \text{Vert_hoogl}_{2012,i} \\ &+ \beta_3 \text{natec}_{2012,i} + \beta_4 \text{Vert_persfin}_{2012,i} + \sum_{c=5}^c \beta_c C_{2012,i} + \varepsilon_{3i} \end{aligned} \quad (3)$$

$$\begin{aligned} \text{Vert_persfin}_{2012,i} &= \beta_0 + \beta_1 \text{Vert_ecinvl}_{2012,i} + \beta_2 \text{Vert_hoogl}_{2012,i} \\ &+ \beta_3 \text{natec}_{2012,i} + \beta_4 \text{Vert_persfin}_{2012,i} + \sum_{c=5}^c \beta_c C_{2012,i} + \varepsilon_{4i} \end{aligned} \quad (4)$$

Het is voor maatschappelijke actoren juist nu belangrijk om zich ethisch en verantwoordelijk te gedragen. In de eerste plaats omdat het vertrouwen dat consumenten in hen stellen in tijden van crises onder druk staat, zoals Stevenson en Wolfers (2011) in een internationale studie concludeerden. Ten tweede omdat recente ontwikkelingen in Nederland aanwijzingen geven voor het bestaan van een wederkerige relatie tussen het vertrouwen in economische invloedhebbers en het vertrouwen van consumenten in de economie. Als het vertrouwen in economische invloedhebbers geschaad wordt, beïnvloedt dat het consumentenvertrouwen negatief.

Jongeren hebben relatief veel vertrouwen in economische invloedhebbers, terwijl ouderen relatief het meeste vertrouwen hebben in professionals. Maar voor alle leeftijdsgroepen geldt dat het vertrouwen in professionals significant groter is dan in economische invloedhebbers. Ondanks recente incidenten die breed werden uitgemeten in de media, staat het vertrouwen in deze beroepsgroepen niet onder druk. Aan de andere kant bestaat er bij politici wellicht ruimte om hun beleid en plannen beter uit te dragen en te communiceren. Zoeken naar breed draagvlak voor beslissingen zou ook kunnen helpen.

Het vertrouwen dat consumenten hebben in de economie is verweven met het vertrouwen in maatschappelijke actoren. Als politici en andere maatschappelijke actoren in staat en bereid zijn om meer vertrouwen bij de burger te winnen, zal daarmee ook het consumentenvertrouwen in de economie een impuls krijgen.

LITERATUUR

- Granger, C.W.J. (1969) Investigating causal relations by econometric models and cross-spectral methods. *Econometrica*, 37(3), 424–438.
- Ludvigson, S.C. (2004) Consumer confidence and consumer spending. *Journal of Economic Perspectives*, 18(2), 29–50.
- Stevenson, B. en J. Wolfers (2011) Trust in public institutions over the business cycle. *NBER Working Paper Series*, 16891.