

Overmorgenindex 2009

Speciaal onderwerp:

Toekomst verwezenlijken

datum	12 januari 2009
auteur(s)	Marika Knoef
versie	1

© CentERdata, Tilburg, 2009

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.



Inhoudsopgave

1	Inleiding	2
2	De overmorgenindex (OMI)	3
2.1	Vraaggebieden	4
2.2	Samenhang tussen de antwoorden	8
2.3	Index	8
3	Speciaal onderwerp: 'dromen verwezenlijken'	10
3.1	Woonplek, werk of huishoudsamenstelling	10
3.2	Lichamelijke zaken	11
3.3	Vrijtijdsbesteding	11
3.4	Hebben mensen een droom?	11
4	Conclusie	15
5	Literatuur	16
A	Bijlage	17
A.1	Dataverzameling	17
A.2	Het CentERpanel	17



1 Inleiding

De FFP, beroepsorganisatie van gecertificeerd financieel planners, heeft het voornemen om jaarlijks een onderzoek te houden onder de Nederlandse bevolking. Dit onderzoek bestaat uit twee onderdelen. Het eerste onderdeel bevat vragen die het toekomstvertrouwen van de Nederlandse bevolking meet. Op basis van de antwoorden op deze vragen hebben we een index ontwikkeld die de toekomstverwachtingen van de Nederlandse bevolking weergeeft. We noemen deze index de 'OverMorgenIndex' (kortweg OMI genoemd). De OverMorgenIndex brengt de toekomstverwachtingen van de Nederlandse bevolking in kaart. Het vertrouwen in de toekomst is belangrijk omdat het invloed heeft op het gedrag van mensen. Het heeft daardoor ook economische effecten. Het zou interessant zijn dit onderzoek jaarlijks te herhalen, zodat we de ontwikkeling van de OverMorgenIndex kunnen onderzoeken en vergelijken met de ontwikkeling van andere indices, zoals het consumentenvertrouwen.

Het tweede deel van het onderzoek bevat vragen over een thema dat we jaarlijks kunnen wisselen. Het thema van dit jaar is 'dromen verwezenlijken'. In dit thema komt naar voren welke wensen de Nederlandse bevolking graag wil verwezenlijken. Het gaat hier om wensen met betrekking tot woonplek, werk, huishoudsamenstelling, lichamelijke zaken en vrijetijdsbesteding.

De opbouw van dit rapport is als volgt: hoofdstuk 2 beschrijft de antwoorden die gegeven zijn op de jaarlijks terugkerende vragenlijst over de leefomstandigheden van de volgende generatie. Tevens geeft dit hoofdstuk de constructie en resultaten van de overmorgenindex. Hoofdstuk 3 beschrijft de resultaten van het thema 'dromen verwezenlijken'. Het rapport wordt afgesloten met een conclusie (hoofdstuk 4). De bijlage geeft achtergrondinformatie over de verzameling van de gegevens, die aan dit onderzoek ten grondslag liggen.



2 De OverMorgenIndex (OMI)

Een samenleving is altijd aan verandering onderhevig. In de huidige tijd zitten we in een overgangsproces van een traditionele samenleving naar een netwerksamenleving (*Castells, 1996*). Sociale netwerken bestaan van oudsher; de netwerken die nu ontstaan verwerken informatie met behulp van elektronische technologie. Netwerken, die ontstaan als ze zinvol worden geacht en uiteenvallen als de bindende factor verandert of verdwijnt. Volgens Zygmunt Bauman (2007) beleeft in ieder geval het ontwikkelde deel van de wereld een fase van een 'vaste' naar een 'vloeibare' samenleving. Instituties en individuen moeten flexibel zijn en zich heel snel aan kunnen passen aan veranderende eisen. De levens van mensen lopen niet zo vanzelfsprekend meer in een vastgelegde volgorde via gebaande paden. Relaties, kinderen krijgen, werken, het volgen van onderwijs, reizen, kan in een (min of meer) willekeurige volgorde plaatsvinden. Zo'n manier van samenleven brengt nieuwe gezichtspunten en nieuwe onzekerheden met zich mee. De vraag is hoe we met deze nieuwe ontwikkelingen omgaan. Hoe zien we de toekomst voor de volgende generatie? Voelen we ons in staat om te zorgen voor goede leefomstandigheden voor de volgende generatie? Hoe zit het met het vertrouwen in de toekomst van onszelf?

Veel onderzoeken op economisch - of financieel gebied gaan over geldstromen (bijvoorbeeld CentiQ, Nibud). Voor FFP-ers zou het voor de hand liggen om bij dit onderzoek aan te sluiten. Een nadeel is dat met dergelijk onderzoek niet makkelijk informatie boven water komt, die ook voor een groter publiek interessant is.

De tijd waarin we leven en het feit dat de mate van vertrouwen in ontwikkeling en toekomst (confidence) en in de relatie met anderen (trust) economische effecten heeft (*Prast, Mosch en Van Raaij, 2005*) bracht ons op het idee om een ander dan financieel perspectief te kiezen en een index te ontwikkelen die de toekomstverwachtingen van mensen in kaart brengt: de OverMorgenIndex.

Zullen uw (klein)kinderen goed onderwijs krijgen? Hoe staat het met de financiën in de toekomst? En wat zullen de carrièremogelijkheden zijn? Deze en andere vragen liggen ten grondslag aan de OverMorgenIndex (OMI). Paragraaf 2.1 behandelt de verschillende vraaggebieden die ten grondslag liggen aan de OverMorgenIndex. Vervolgens beschrijft paragraaf 2.2 de samenhang tussen de antwoorden uit de verschillende vraaggebieden. Paragraaf 2.3 presenteert de methode en resultaten van de OverMorgenIndex.



2.1 Vraaggebieden

Om het vertrouwen van mensen in de toekomst te kunnen meten gebruiken we vragen op 6 gebieden. Deze gebieden zijn:

1. sociale contacten
2. financiën
3. basisvoorzieningen
4. werk
5. happiness
6. omgeving

Met behulp van een zeven-puntsschaal (veel slechter dan nu, ... , veel beter dan nu) wordt gemeten hoe het panel denkt over de leefomstandigheden van de volgende generatie.

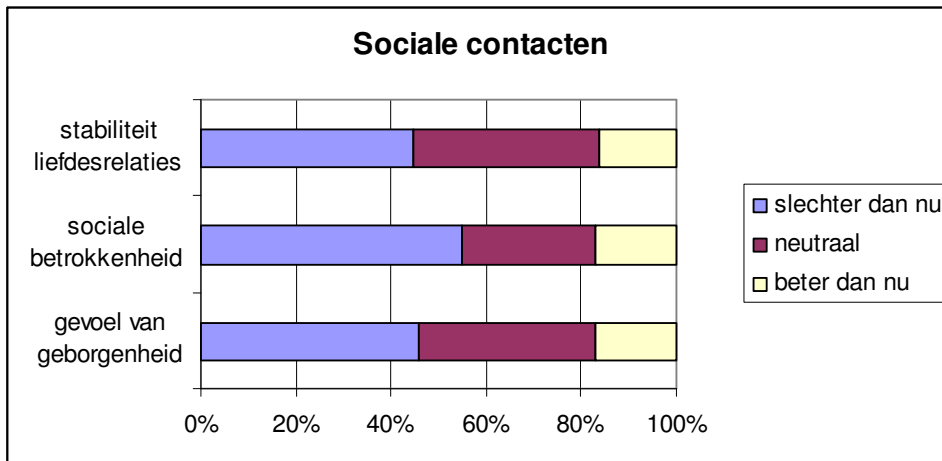
De figuren 1 tot en met 6 geven voor de verschillende vraageenheden de opvattingen van de respondenten. Hierbij zijn de punten 1 tot en met 3 van de zeven-puntsschaal samengevoegd tot 'slechter dan nu', punt 4 is 'neutraal' en de punten 5 tot en met 7 zijn samengevoegd tot 'beter dan nu'.

Met betrekking tot sociale contacten zijn de respondenten pessimistisch gestemd (figuur 1). Volgens velen (45%) zal de stabiliteit van liefdesrelaties minder groot zijn dan nu. 39% is neutraal en 16% denkt dat de stabiliteit van liefdesrelaties voor de volgende generatie beter zal zijn dan nu. Stabiliteit gaat over duurzaamheid, los van geluk. In het verleden is de toegenomen economische onafhankelijkheid van de vrouw vaak genoemd als dé oorzaak van de stijging van het aantal echtscheidingen (Fokkema en Liefbroer, 2000).

Maar liefst 55% van de respondenten denkt dat de sociale betrokkenheid in de volgende generatie slechter zal zijn dan nu. Mogelijk speelt de toenemende individualisering een rol bij het oordeel van de respondenten over de sociale contacten in de toekomst. Het vertrouwen in sociale contacten kan een gedragssturende factor zijn. Uit verkennend onderzoek (*Bogaerts et al. 2007*) blijkt dat mensen zich risicovoller lijken te gedragen wanneer zij terug kunnen vallen op de sociale omgeving. Men beschikt dan over een vangnet (of heeft de perceptie over een vangnet te beschikken).



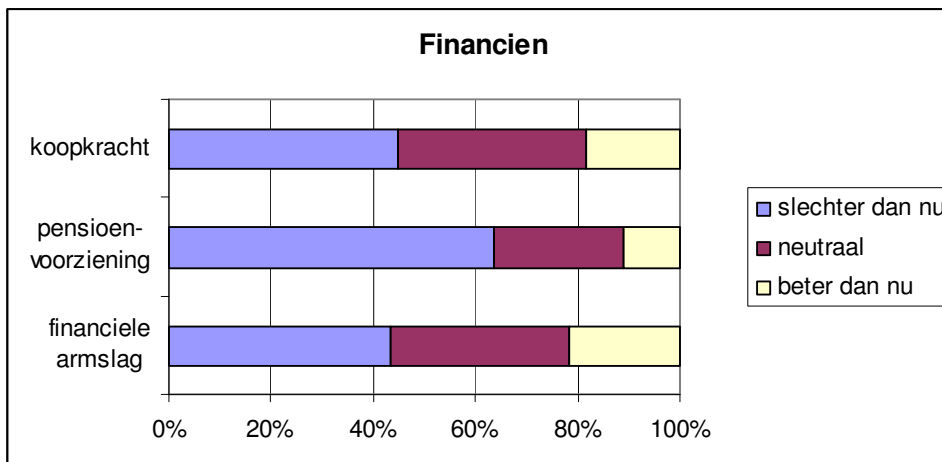
Figuur 1. Vertrouwen in de sociale contacten van de volgende generatie



Ook met betrekking tot de financiën van de volgende generatie zijn de respondenten pessimistisch gestemd (*figuur 2*). Dit geldt met name voor de pensioenvoorzieningen. 64% van de respondenten denkt dat de pensioenvoorzieningen voor de volgende generatie slechter zullen zijn dan voor de huidige generatie, terwijl maar 11% denkt dat de pensioenvoorzieningen voor de volgende generatie beter zullen zijn. De overige 25% is neutraal. De vergrijzing en ontgroening, waardoor er in de toekomst minder werkenden tegenover meer pensioengerechtigden staan, zal ongetwijfeld van invloed zijn geweest bij deze opvatting.

Wanneer we kijken naar koopkracht en financiële armslag valt op dat jongeren significant positiever zijn over het lot van de volgende generatie dan ouderen. Tevens geldt dat respondenten met een hoger bruto huishoudinkomen vaker positief gestemd zijn over de koopkracht en financiële armslag van de volgende generatie.

Figuur 2. Vertrouwen in de financiën van de volgende generatie

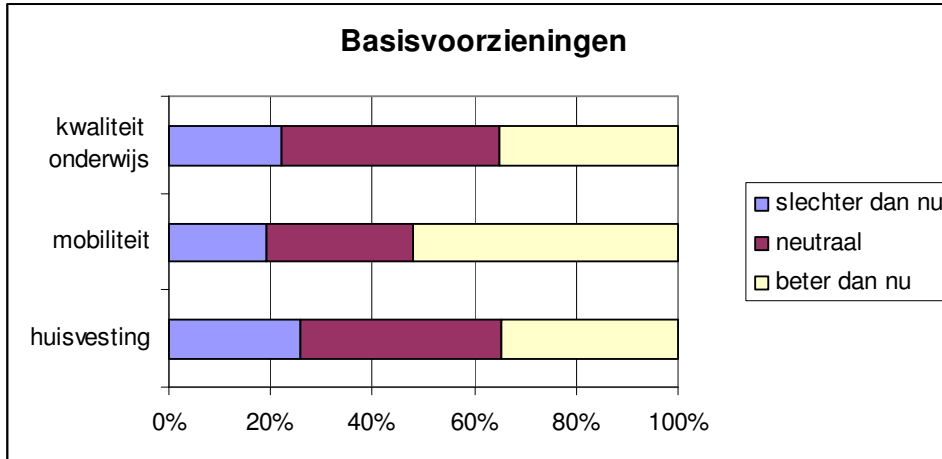


De volgende vragen gaan over de basisvoorzieningen huisvesting, mobiliteit en de kwaliteit van het onderwijs (*figuur 3*). Veel mensen (52%) verwachten dat de mobiliteit zal verbeteren. Met betrekking tot huisvesting en de kwaliteit van het onderwijs verwacht



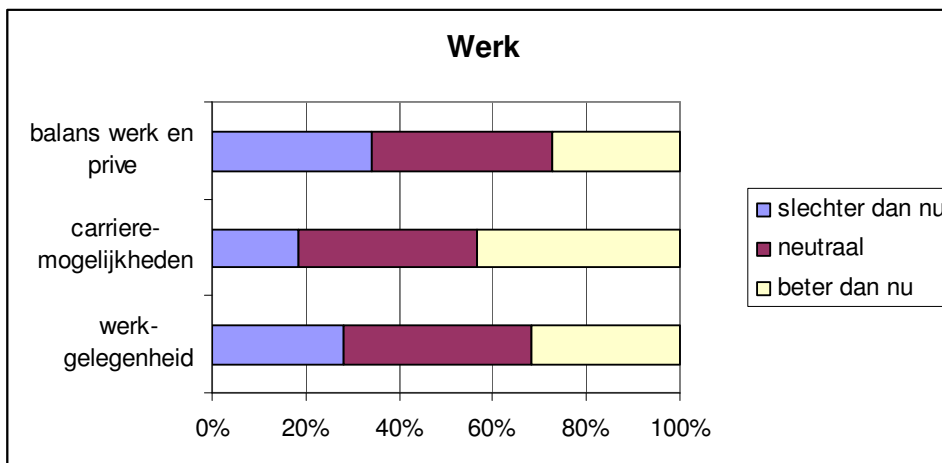
35% dat deze voor de volgende generatie beter is dan voor de huidige generatie. Opvallend is dat respondenten die in een koopwoning wonen significant minder vaak negatief staan tegenover de huisvesting voor de volgende generatie dan respondenten die in een huurwoning wonen.

Figuur 3. Vertrouwen in de basisvoorzieningen voor de volgende generatie



Figuur 4 laat zien dat veel mensen (43%) verwachten dat de carrièremogelijkheden voor de volgende generatie beter zijn dan voor de huidige generatie. 18% van de respondenten verwacht dat de carrièremogelijkheden van de huidige generatie beter zijn. Over de werkgelegenheid en de balans tussen werk en privé zijn de meningen verdeeld.

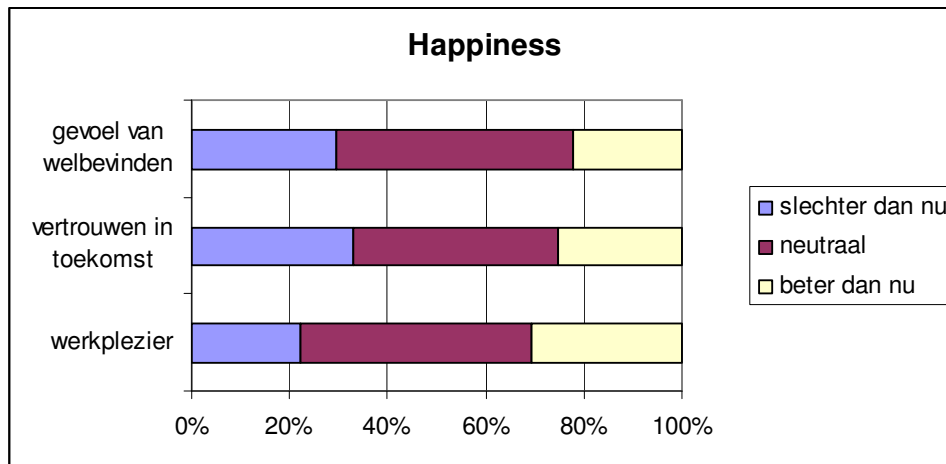
Figuur 4. Werken in de volgende generatie



Met betrekking tot 'happiness' geldt dat relatief veel mensen neutraal zijn (figuur 5). Wanneer we de relatie tussen happiness en leeftijd bestuderen is het interessant te zien dat jongeren denken dat het werkplezier hoger zal zijn in de toekomst, terwijl ouderen juist vaker denken dat het werkplezier van de volgende generatie lager zal zijn dan dat van de huidige generatie.

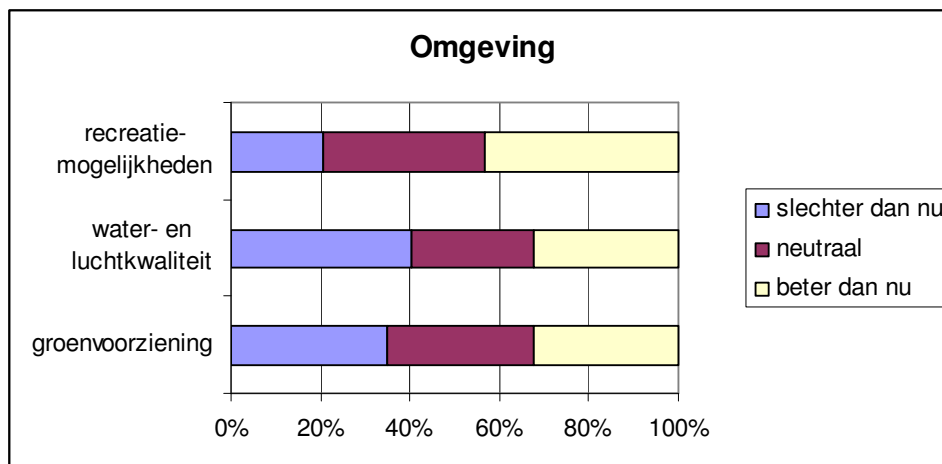


Figuur 5. Vertrouwen in het geluk van de volgende generatie



De laatste vraageenheid uit de monitor betreft 'omgeving' (figuur 6). Veel mensen (43%) verwachten dat de recreatiemogelijkheden in de toekomst beter zullen zijn. Echter, met betrekking tot de water- en luchtkwaliteit verwachten veel mensen (40%) dat deze slechter zal zijn voor de volgende generatie. Toch denkt ook 32% van de respondenten dat de water- en luchtkwaliteit beter zal zijn voor de volgende generatie. Voor wat betreft de groenvoorzieningen zijn de meningen verdeeld. Het valt ons op dat mannen significant vaker positiever gestemd zijn dan vrouwen over de groenvoorziening en de water- en luchtkwaliteit voor de toekomst.

Figuur 6. Vertrouwen in de omgeving voor de volgende generatie





2.2 Samenhang tussen de antwoorden

Paragraaf 2.1 beschrijft de 6 vraaggebieden en de antwoorden die de respondenten gegeven hebben. In deze paragraaf bekijken we de samenhang tussen de gegeven antwoorden. Wanneer iemand positief gestemd is over de sociale contacten van de volgende generatie, is hij/zij dan ook vaak positief over de financiën van de volgende generatie?

Om de samenhang tussen de gegeven antwoorden van een respondent te onderzoeken maken we gebruik van rangcorrelaties. Tabel 1 geeft de rangcorrelaties tussen de verschillende vraaggebieden. Alle correlaties zijn statistisch significant en positief. Dit betekent dat wanneer iemand positief is over een vraaggebied, hij/zij ook vaak positief is over andere vraaggebieden. Andersom, wanneer iemand negatief is over een vraaggebied, zal hij/zij ook vaak negatief zijn over andere vraaggebieden.

De verwachtingen met betrekking tot sociale contacten blijken relatief nauw gerelateerd te zijn aan de verwachtingen over happiness, maar in mindere mate aan de andere vraaggebieden. Verder zien we dat de verwachtingen met betrekking tot werk en happiness nauw gerelateerd zijn en ook dat de verwachtingen over werk en basisvoorzieningen een relatief sterke samenhang vertonen.

Tabel 1: Samenhang tussen de antwoorden uit de verschillende vraaggebieden

	Sociale contacten	Financiën	Basisvoorzieningen	Werk	Happiness	Omgeving
Sociale contacten	1					
Financiën	0.36	1				
Basisvoorzieningen	0.24	0.49	1			
Werk	0.24	0.50	0.55	1		
Happiness	0.40	0.47	0.46	0.56	1	
Omgeving	0.26	0.30	0.41	0.34	0.39	1

2.3 Index

Aan de hand van de in paragraaf 2.1 genoemde vraaggebieden creëren we de OverMorgenIndex (OMI), die het vertrouwen in de toekomst weergeeft. Bij de berekening van deze index gebruiken we dezelfde methode als het CBS gebruikt bij de berekening van het consumentenvertrouwen. Tevens wordt deze methode gebruikt bij de berekening van de VROM koopwoningenindex.

De index wordt berekend als het gemiddelde van de saldi van de positieve en de negatieve antwoorden. Een index van 0 is neutraal, een positieve index duidt op optimisme en een negatieve index op pessimisme over het vertrouwen in de leefomstandigheden van de volgende generatie. Bijvoorbeeld: een index van 20 betekent dat er 20%-punt meer optimisten dan pessimisten zijn; een index van -20 betekent dat er 20%-punt meer pessimisten dan optimisten zijn. Per definitie is het minimum van de



index -100 en het maximum +100. We berekenen de totale index en voor elk van de 6 gebieden een deelindex. Tabel 2 geeft een overzicht van de resultaten.

Tabel 2: Vertrouwen in de leefomstandigheden van de volgende generatie

Gebied	index
Sociale contacten	-31.7
Financien	-33.5
Basisvoorzieningen	18.2
Werk	7.1
Happiness	-2.0
Omgeving	4.1
Index total	-6.3

Deze tabel geeft de index van het vertrouwen in de leefomstandigheden van de volgende generatie. De deelindices voor de verschillende vraaggebieden zijn ook weergegeven.

Tabel 2 laat zien dat het vertrouwen in de sociale contacten en de financiën voor de volgende generatie laag is. Aan de andere kant, met betrekking tot de basisvoorzieningen zijn er 18% meer optimisten dan pessimisten. Per saldo (alle gebieden samen) zijn er zo'n 6% meer pessimisten dan optimisten over de toekomst. Ter vergelijking, het consumentenvertrouwen ten tijde van dit onderzoek (november 2008) was -33 (33% meer pessimisten dan optimisten).

Wanneer dit onderzoek jaarlijks herhaald wordt kunnen we de ontwikkeling van de OverMorgenIndex zien en deze vergelijken met bijvoorbeeld de ontwikkeling in het consumentenvertrouwen.



3 Speciaal onderwerp: 'dromen verwezenlijken'

Naast de bovenbeschreven OverMorgenIndex kunnen we elk jaar een speciaal thema aan bod laten komen. Dit jaar is het speciale onderwerp 'dromen verwezenlijken'. Het doel van dit onderzoek is te achterhalen welke dromen (een afspiegeling van) de Nederlandse bevolking graag wil verwezenlijken.

Het onderzoek bevat vijf vraageenheden. Deze zullen we in dit hoofdstuk achtereenvolgens behandelen. Allereerst wordt aan de respondenten gevraagd welke dromen zij graag willen verwezenlijken op het gebied van:

1. woonplek, werk of huishoudsamenstelling
2. lichamelijke zaken
3. vrijetijdsbesteding

Vervolgens wordt de vraag gesteld *of* mensen een droom hebben die ze graag willen verwezenlijken en zo ja, welke droom dat is (een open vraag).

3.1 Woonplek, werk of huishoudsamenstelling

De eerste vraag uit het thema 'dromen verwezenlijken' is:

'Als het gaat om veranderen van woonplek, werk, of huishoudsamenstelling, wat zou u dan graag voor uzelf verwezenlijken?'

Figuur 7 beschrijft de frequenties van de antwoordcategorieën. Maar liefst 47% van de respondenten zou graag willen reizen. Dit zijn vooral respondenten jonger dan 65 jaar. Ook verhuizen is voor veel respondenten (19%) een wens die ze graag zouden willen verwezenlijken. Deze wens geldt met name voor jongeren: 34% van de respondenten tussen 20 en 35 jaar heeft de wens te verhuizen.

Met betrekking tot de werksituatie blijkt dat 14% van de respondenten wel (ander) werk zou willen vinden. Wanneer we de respondenten selecteren die betaalde arbeid verrichten, zien we dat hier zelfs 20% de wens heeft ander werk te vinden. Dit geldt significant vaker voor vrouwen (25%) dan voor mannen (16%). 8% van de respondenten geeft aan wel een eigen bedrijf te willen oprichten. Onder de respondenten die betaald werk verrichten geeft 13% aan graag een eigen bedrijf te willen verwezenlijken.

31% van de respondenten heeft de categorie 'geen van bovenstaande' gekozen. Zij hebben geen wens te verwezenlijken op het gebied van woonplek, werk of huishoudsamenstelling. Nadere bestudering van deze groep wijst uit dat het hier vooral om ouderen gaat. 53% van de 65-plussers heeft geen wens meer te verwezenlijken op het gebied van woonplek, werk of huishoudsamenstelling.



3.2 Lichamelijke zaken

De tweede vraag gaat over lichamelijke zaken. De vraag is:

'Als het gaat om lichamelijke zaken, wat zou u dan graag voor uzelf verwezenlijken?'

Figuur 8 beschrijft de frequenties van verschillende antwoordcategorieën. De antwoorden die het vaakst gegeven worden zijn conditieverbetering (50%), een betere gezondheid (32%) en gewichtsverandering (31%). De wens om conditieverbetering te verwezenlijken is niet leeftijd- of geslachtsafhankelijk. De wens een betere gezondheid te verwezenlijken stijgt met de leeftijd. Gewichtsverbetering wordt door vrouwen significant vaker genoemd dan door mannen (38% voor vrouwen, 24% voor mannen). De wens voor gewichtsverbetering neemt toe tot een leeftijd van ongeveer 40-45 jaar, daarna neemt deze wens af. 23% van de respondenten geeft aan geen wensen te hebben met betrekking tot lichamelijke zaken.

3.3 Vrijtijdsbesteding

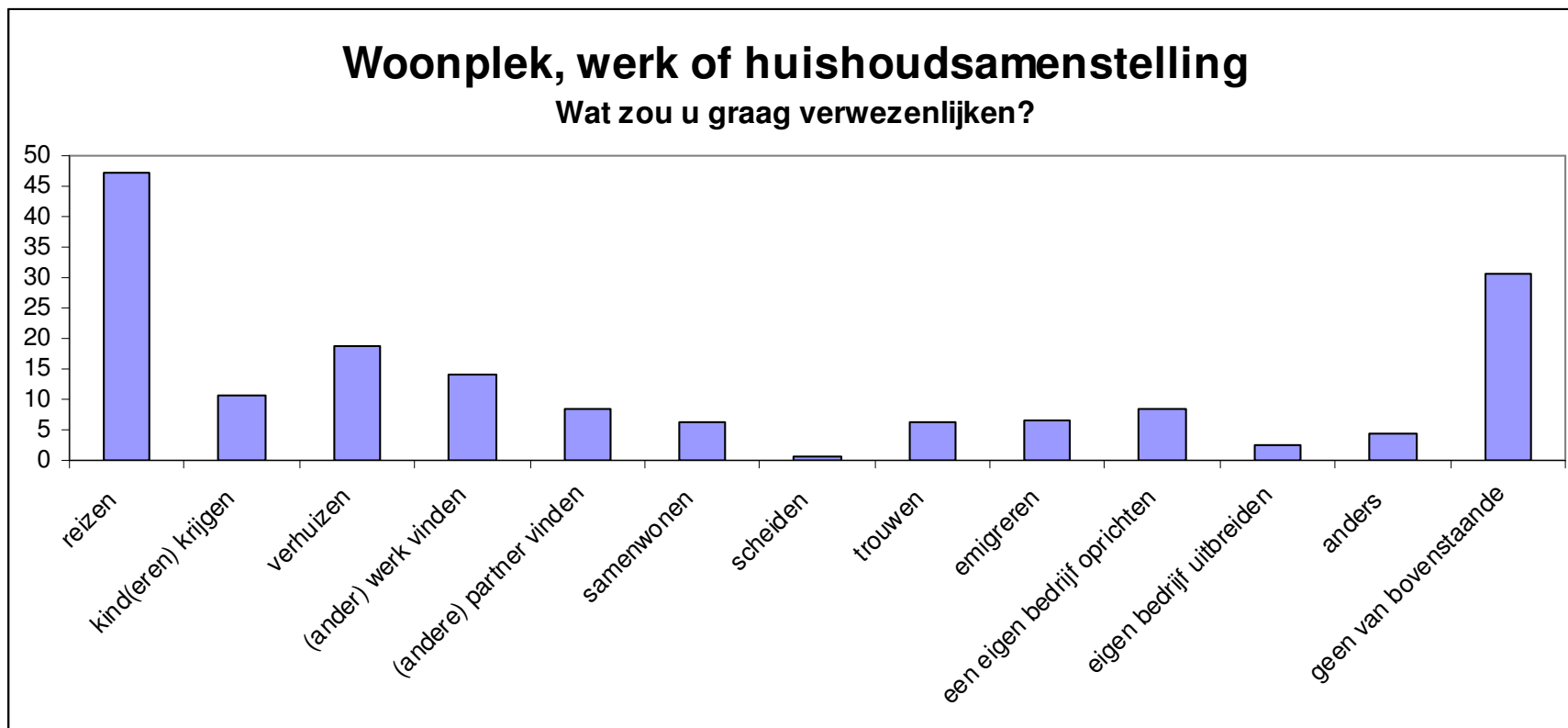
De respondenten blijken voor hun vrije tijd veel wensen te hebben die zij graag willen verwezenlijken. De volgende vraag is aan de respondenten voorgelegd:

'Als het gaat om vrijtijdsbesteding, wat zou u dan graag voor uzelf verwezenlijken?'

Figuur 9 beschrijft de frequenties van de antwoordcategorieën. In vergelijking met 'woon, werk of huishoudsamenstelling' en 'lichamelijke zaken' hierboven valt het op dat respondenten relatief veel wensen hebben die te maken hebben met vrijtijdsbesteding. Maar liefst 49% van de respondenten geeft aan (meer) boeken te willen lezen. Deze wens is significant vaker geuit door vrouwen dan door mannen en relatief vaak door respondenten in de opleidingscategorieën HAVO/VWO, HBO en WO. Ook zeggen veel respondenten graag meer tijd te willen verwezenlijken voor sport, hobby's en de partner.

3.4 Hebben mensen een droom?

Tot slot wordt aan de respondent gevraagd of zij een droom hebben die zij graag willen verwezenlijken, en zo ja welke droom dat dan is. 37% van de respondenten antwoordt dat zij een droom hebben die ze graag willen verwezenlijken. Bij het bestuderen van de open antwoorden is te zien dat veel mensen een droom hebben met betrekking tot reizen en een goede gezondheid. Het thema 'eigen huis' komt ook geregeld voor. Of mensen hun financiële planning aanpassen om hun droom te verwezenlijken hangt af van de mate waarin ze de droom willen verwezenlijken en de termijn waarin ze deze droom willen verwezenlijken. Uit verkennend onderzoek van Bogaerts et al. (2007) blijkt dat de Nederlandse burger sterk in het nu leeft. Men is niet snel geneigd zich zorgen te maken over de (verre) toekomst.



Figuur 7: Deze figuur geeft aan wat mensen graag willen verwezenlijken als het gaat om woonplek, werk of huishoudsamenstelling. Bijvoorbeeld, 47% van de respondenten geeft aan te willen reizen en ongeveer 11% geeft aan (meer) kinderen te willen.



Figuur 8: Deze figuur geeft aan wat mensen graag willen verwezenlijken met betrekking tot lichamelijke zaken. Bijvoorbeeld, 32% van de respondenten geeft aan een betere gezondheid te willen en ongeveer 50% zegt dat ze graag hun conditie zouden willen verbeteren.



Figuur 9: Deze figuur geeft aan wat mensen graag willen verwezenlijken met betrekking tot hun vrijetijdsbesteding. Bijvoorbeeld, 49% van de respondenten wil (meer) boeken lezen, terwijl slechts 6% van de respondenten aangeeft (meer) televisie te willen kijken.



4 Conclusie

De mate van vertrouwen in de toekomst beïnvloedt het gedrag van mensen en is van economisch belang. Dit heeft ons op het idee gebracht om een index te ontwikkelen die de toekomstverwachtingen van mensen meet: de OverMorgenIndex.

Zullen uw (klein)kinderen goed onderwijs krijgen? Hoe staat het met de financiën in de toekomst? En wat zullen de carrièremogelijkheden zijn? Deze en andere vragen liggen ten grondslag aan de OverMorgenIndex (OMI). In dit rapport is de OverMorgenIndex 2009 beschreven.

De OverMorgenIndex heeft zes deelindices, te weten: sociale contacten, financiën, basisvoorzieningen, werk, happiness en omgeving. Met betrekking tot de gebieden 'sociale contacten' en 'financiën' is het merendeel van de mensen pessimistisch. De deelindices voor deze gebieden zijn -32 en -34, respectievelijk. Dit betekent dat er zo'n 30% meer pessimisten dan optimisten zijn als het gaat om de verwachtingen over sociale contacten en financiën in de toekomst. Het meest positief zijn de mensen over de basisvoorzieningen. De deelindex voor basisvoorzieningen is +18, wat betekent dat er 18% meer optimisten dan pessimisten zijn over de basisvoorzieningen onderwijs, mobiliteit en huisvesting in de toekomst. Per saldo (alle deelindices samen) heeft de overmorgenindex een waarde van -6. Dit betekent dat er 6% meer pessimisten dan optimisten zijn over de toekomst. Wanneer dit onderzoek jaarlijks voortgezet wordt kunnen we over een paar jaar de ontwikkeling van de overmorgenindex in kaart brengen en vergelijken met de ontwikkeling van bijvoorbeeld het consumentenvertrouwen.

Het speciale thema van dit rapport is 'toekomst verwezenlijken'. In dit onderzoek komen de dromen en wensen van (een afspiegeling van) de Nederlandse bevolking naar voren. Het blijkt dat veel mensen willen reizen. Ook verhuizen, (ander) werk vinden en een eigen bedrijf oprichten blijkt verrassend vaak voor te komen. Als het gaat om lichamelijke zaken willen veel mensen hun conditie verbeteren, een gewichtsverandering en/of een betere gezondheid. Tot slot zijn de wensen omtrent vrijetijdsbesteding gepeild. Veel mensen blijken wensen te hebben als het gaat om hun vrijetijdsbesteding. Maar liefst 49% zou (meer) boeken willen lezen. Ook wil zo'n 30-35% van de mensen (meer) tijd met zijn/haar partner besteden en meer tijd voor sport en hobby's.

Voor de FFP en voor de leden bieden de resultaten uit de OverMorgenIndex belangrijke informatie voor toekomstig beleid, respectievelijk advisering van consumenten. Mogelijke verbanden tussen optimisme/pessimisme over de toekomst, de daarmee gepaard gaande risicobereidheid van de consument en bijvoorbeeld de inrichting van het risico-profiel door de financieel planner bieden zeer interessante invalshoeken voor verder onderzoek.



5 Literatuur

Bauman, Zygmunt (2007). *Liquid times. Living in an Age of Uncertainty*. Polity Press. Cambridge. UK.

Bogaerts, Jansen, Schulte (2007). *Nederlanders en hun financieel inzicht*. Kwalitatief vooronderzoek ter voorbereiding op grootschalig publieksonderzoek. Millward Brown.

Castells, Manuel (1996). *The Rise of the Network Society*. Blackwell publishing, Malden.

CBS Consumentenvertrouwen. Verschijningsfrequentie: iedere maand.

Fokkema en Liefbroer (2000). *Werken vrouw bracht scheiding dichterbij*. Demos januari 2000.

Prast, Henriette, Robert Mosch en W. Fred van Raaij (2005). *Vertrouwen, Cement van de Samenleving en Aanjager van de Economie*. De Nederlandsche Bank/Universiteit van Tilburg.

VROM Koopwoningen index (2006). CentERdata, Universiteit van Tilburg



A Bijlage

Deze bijlage geeft achtergrondinformatie over de verzameling van de data die ten grondslag liggen aan de OverMorgenIndex en het thema 'dromen verwezenlijken'.

A.1 Dataverzameling

De data in dit rapport zijn verzameld met behulp van het CentERpanel. De volgende paragraaf geeft informatie over dit panel. Alle panelleden van 16 jaar en ouder zijn tussen 7-11 november en tussen 14-18 november 2008 benaderd om de vragenlijst in te vullen. In totaal betekent dit dat er 2439 huishoudleden benaderd zijn. Van de 2439 panelleden hebben 2017 panelleden de vragenlijst ingevuld. De respons is dus 82,7%. De evaluatie van de vragenlijst door de respondenten was goed. Zo'n 95% van de respondenten heeft aangegeven dat de vragen duidelijk waren.

A.2 Het CentERpanel

Een belangrijk instrument van CentERdata om gegevens te verzamelen is het CentERpanel. Het panel is een afspiegeling van de Nederlandse bevolking en bestaat sinds 1991. De voordelen van computergestuurd enquêteren worden gecombineerd met panelonderzoek: hoge snelheid van werken, mogelijkheden tot controle op consistentie (ook in de tijd), betrouwbaar meten van veranderingen, en relatief lage uitval.

De continuering van het panel geschiedt als volgt:

De steekproef:

- 1) Op basis van de landelijke postale afgiftepunten wordt een adressensteekproef getrokken.
- 2) De verkregen adressen worden indien mogelijk verrijkt met vaste telefoonnummers.

Het werven en selecteren van de panelleden gebeurt in een drietal stappen:

1) Enquête:

Mensen in de steekproef worden telefonisch (via vast telefoonnummer) of schriftelijk (indien er geen vast telefoonnummer bekend is) benaderd met het verzoek mee te doen aan een kort interview. Als ze dit niet willen wordt gevraagd of ze alsnog een paar vragen willen beantwoorden in verband met eventuele selectieve non-respons. Als ze wel meedoen wordt gevraagd of ze positief staan tegenover deelname aan langer lopend onderzoek. Bij toezegging worden hun gegevens opgeslagen in een database. De telefonische enquête wordt uitgevoerd door TNS-NIPO. De schriftelijke enquête wordt verzorgd in eigen beheer.

2) Trekking:

Als een huishouden stopt met deelname aan het CentERpanel, wordt uit de bovengenoemde database een huishouden getrokken met dezelfde kenmerken als het



gestopte huishouden. De kenmerken worden vergeleken met leeftijd van het hoofd van het huishouden, inkomen, woonvorm, regio en stedelijkheid.

3) Brief:

Vervolgens krijgt het potentiële nieuwe huishouden een brief met informatie over het panel en de vraag of het huishouden deel wil nemen aan het panel. Zo ja, dan wordt het huishouden geïnstalleerd, zo nee, dan wordt een nieuw huishouden uit de database getrokken.

Het beschikken over een *computer met Internetaansluiting is geen vereiste*. Indien het huishouden geen toegang heeft tot het Internet wordt een zogenaamde Net.Box verstrekt waarmee via de televisie de vragenlijsten kunnen worden ingevuld. Mocht het huishouden zelfs niet beschikken over een televisie dan wordt ook hier in voorzien.

Voor meer informatie: www.centerdata.nl/centerpanel