

PERSBERICHT

Vertrouwen in de economie stijgt weer

Duidelijke tekenen van herstel in Limburg

Dit zijn de belangrijkste conclusies uit de meest recente meting van de Barometer van de Economie in Limburg BEL. De BEL is een initiatief van Etil bv en Flycatcher Internet Research bv.

De gegevens zijn verzameld tussen 20 mei en 2 juni 2009. Het onderzoek is gebaseerd op de informatie van 280 ondernemingen (67% respons) en 667 huishoudens (79% respons) in Limburg. Er zijn dit keer alleen vragen over de conjuncturele ontwikkelingen gesteld.

Bedrijven en conjunctuur

De BEL-index van Ondernemersvertrouwen is vrijwel constant gebleven: -104 in het vorige kwartaal en nu -103. Bij de vorige meting bleek dat het tempo van de daling afnam; nu blijkt dat de verbetering inzet. Immers er zijn verschillende signalen die op herstel duiden:

- De BEL index daalt niet verder;
- De sombere verwachtingen over export, investeringen en personeelsomvang voor de komende twaalf maanden worden minder;
- Desalniettemin verwacht nog steeds 40-50% van de Limburgse bedrijven een achteruitgang de komende twaalf maanden. Echter, inmiddels heeft weer rond de 20% van de bedrijven positieve verwachtingen voor de komende twaalf maanden;
- De verwachtingen van industriële bedrijven blijven somber; bedrijven in de dienstensector worden somberder, maar de verwachtingen van (een deel van) de bedrijven in met name de bouw en de detailhandel voor de komende twaalf maanden verbeteren.

Op kortere termijn zijn de verwachtingen en de meningen positiever dan op langere termijn.;

- De verwachte bedrijvigheid in de komende drie maanden stabiliseert of neemt bij steeds minder bedrijven af;
- Op heel korte termijn van de afgelopen en huidige maand zijn de orderontvangst en inkoopactiviteiten toegenomen; voorraden gereed product worden in toenemende mate als goed beoordeeld. Dit duidt op ingezet herstel op de korte termijn.

Consumenten en conjunctuur

De BEL-index van Consumentenvertrouwen is in het tweede kwartaal van 2009 fors gestegen: van 41 naar 56. Zo'n grote stijging is nog niet vaak voorgekomen. Vooral de verwachtingen over de algemeen economische situatie en de eigen financiële situatie voor de komende twaalf maanden zijn positiever geworden. Er zijn ook steeds meer mensen die het een gunstige tijd vinden voor grote aankopen.

De waarde van de index is lager voor ouderen dan voor jongeren en is lager voor mensen zonder betaalde baan dan voor mensen met een betaalde baan. Hoe lager de waarde, hoe meer mensen per saldo pessimistisch zijn over de economische ontwikkelingen.

Conclusie en interpretatie

Waren er bij de vorige BEL van januari 2009 de eerste, voorzichtige lichtpuntjes van herstel te zien, nu zijn er duidelijke tekenen dat het herstel in Limburg inzet en dat het dieptepunt voorbij is. Het vertrouwen van bedrijven in de economie verslechtert niet verder: het dal is daadwerkelijk bereikt. Hoewel nog veel ondernemers de toekomst somber in zien en de werkloosheid voorlopig eerder zal stijgen dan dalen, is het een positief teken dat er meer positieve geluiden komen.

Recent werd nog gesteld in een ING-rapport dat Limburg en Brabant als zeer conjunctuurgevoelige provincies, de grootste klappen van de crisis krijgen. Om diezelfde reden kan het herstel nu ook snel komen. Bedrijven moeten nu weer de kans en de financiële middelen krijgen zich in de goede richting te ontwikkelen. Het herstel dient door financiële instellingen en waar nodig door overheden gestimuleerd te worden. Na de plotselinge vraaguitval, kan het herstel ook snel komen omdat voorraden weer aangevuld moeten worden. Als de omzet aantrekt, zal na verloop van tijd ook de werkgelegenheid weer groeien.

Consumenten worden optimistischer; dit zal de binnenlandse vraag stimuleren. Echter, ouderen en mensen zonder betaalde baan zijn pessimistischer dan jongeren en mensen met een baan. Dit is belangrijk om rekening mee te houden in onze provincie waarin relatief veel ouderen en werklozen wonen. Het bedrijfsleven heeft er belang bij dat ook zij (weer) positief naar de toekomst gaan kijken en gaan kopen.

Kortom, de belevingsindicatoren van ondernemers en consumenten veranderen in een gunstige manier; de feitelijke veranderingen in het gedrag komen hopelijk ook snel.

Voor meer informatie:

Prof dr Hans Kasper

Etil bv

043 3506280

h.kasper@etil.nl

8 juni 2009