

FINANSKRISE, FORBRUGERE OG INDKØBSVANER

Forbrugerøkonom Ann Lehmann Erichsen, Nordea
og senioranalytiker Troels Theill Eriksen, Nordea

Væksten i fødevarepriserne ser ud til at være overstået. Men der er ikke udsigt til direkte prislefald på fødevarer generelt. Forbrugernes rådighedsbeløb stiger næste år, men der er risiko for, at den øgede købekraft veksles til opsparing frem for forbrug. Forbrugernes bekymringer for prisstigninger på bl.a. energi og mad vokser, mens priserne falder eller stagnerer, fordi forbrugernes bekymringer og forventninger i høj grad "vender bagud" pga. manglende viden om økonomi. Hver fjerde forbruger vil spare på fødevarebudgettet, og det forsøger de at gøre på to måder; dels ved at reducere mængden af fødevarer i indkøbsvognen en smule, dels ved at fylde vognen med flere discountvarer. Fødevareforbruget er blevet mere konjunkturfølsomt, og så er væksten i forbruget af økologiske varer vokset kraftigt.

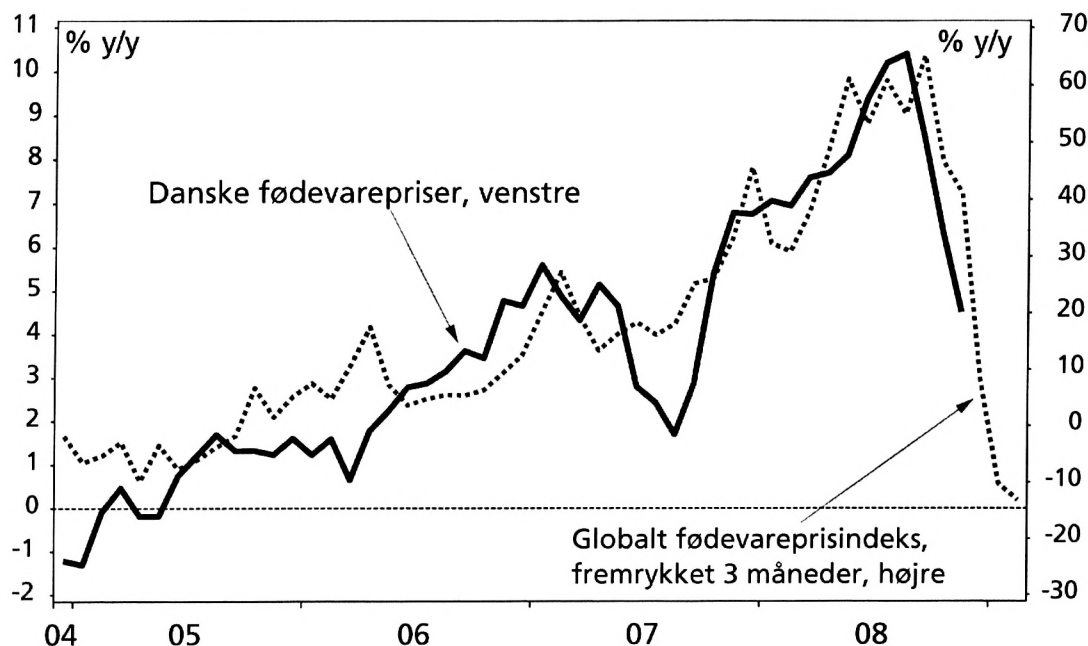
Tegn på lavere vækst i de danske fødevarepriser

Den efterhånden 2 år lange afmatning på boligmarkedet har bidraget til at trække privatforbruget ned. Det er vigtigt at understrege, at finanskrisen og den økonomiske afmatning ikke udelukkende har påvirket dansk økonomi i negativ retning. Således har husholdningerne fået mere luft i budgetterne via de betydelige fald i råvarepriserne. Faldet i råvarepriserne har allerede medført, at inflationen er aftaget fra 4,3% i august til 2,7% i november måned. Denne tendens vil fortsætte frem

til næste sommer, hvor det er Nordeas forventning, at den samlede inflation når helt ned omkring 1%.

Den direkte positive indflydelse på husholdningernes rådighedsbeløb kommer i høj grad via et fald i priserne på benzin og opvarmning. Men samtidig stiger fødevarepriserne ikke så kraftigt som tidligere, og i Nordea anser vi den kraftige vækst i fødevarepriser i Danmark, som vi har set gennem det seneste par år, for at være overstået. Det peger det globale fødevareindeks ligeledes på, jfr.

Figur 1. Tegn på lavere vækst i danske fødevarepriser



Kilde: Danmarks Statistik og The Economist

figur 1, om end der næppe er udsigt til direkte prisfald på fødevarer i Danmark generelt.

Med vedtagelsen af Finansloven for 2009 får husholdningerne glæde af skattelettelser på godt 9 mia. kr. til næste år. I kombination med de lønstigninger på godt 4%, som en stor del af arbejdsmarkedet har aftalt, er der trods stigende arbejdsløshed udsigt til en stor fremgang i husholdningernes disponible realindkomst til næste år. På grund af den relativt høje kompensationsgrad ved ledighed i Danmark vil den negative påvirkning af den stigende arbejdsløshed nemlig være begrænset. Samlet set er der derfor mulighed for en mindre fremgang i det private forbrug til næste år, selvom afmatningen på boligmarkedet, styrtdykket på aktiemarkedet og de seneste års rentestigninger trækker i retning af, at

mange husholdninger ikke fuldt ud vil udnytte den øgede købekraft til forbrug, men derimod øge deres opsparing.

Hvad er det, der bekymrer forbrugerne i forbindelse med finanskrisen?

Nordea har dels i februar, dels i november 2008 fået Synovate til at gennemføre en undersøgelse, hvor omkring 1.000 voksne danskere blev spurgt om, hvilke af et udvalg af økonomiske områder af betydning for privatøkonomien der bekymrede dem, og i hvor høj grad de var bekymrede på en skala fra 1 til 5. Målingerne viser, at forbrugernes bekymringer for prisstigninger stiger stille og roligt. Stigende fødevarepriser var noget, som bekymrede 31% af forbrugerne i februar, nu er tallet 37%. Bekymringen var og er særlig udpræget hos kvinder og hos personer med

indkomster under 299.999 kr. om året. Stigende benzin/dieselpriiser var noget, som bekymrede 34% af forbrugerne i februar, nu er tallet 35%. Her var og er bekymringen størst hos børnefamilier, indbyggere i Region Sjælland og i Region Nordjylland. Stigende energipriiser (varme og el) var noget, som bekymrede 37% af forbrugerne i februar, nu er tallet 48%. Bekymringen var og er særlig udpræget hos kvinder og hos personer med indkomster under 299.999 kr. om året.

Det er overraskende, at bekymringen vokser omvendt proportionalt med priserne. I løbet af 2008 har olieprisen været meget bevægelig. I sommer nåede olieprisen eksempelvis op på det højeste niveau nogensinde i faste priser. Herefter har vi oplevet et meget betydeligt fald i olieprisen, der primo december lå på det laveste niveau i mere end tre år. For forbrugerne vil stigende og faldende oliepriser næsten omgående slå igennem på benzintankens prisskilte. Derfor er disse skilte en

nem måde at holde sig orienteret om energiprisernes niveau, og derfor er det overraskende, at bekymringen stiger hos forbrugerne i stedet for at falde. Det viser, at forbrugernes forventninger i høj grad "vender bagud".

Det forhold, at forbrugernes bekymringer ikke "vender fremad", skyldes i høj grad, at forbrugerne mangler viden om de økonomiske årsagssammenhænge i samfundet¹. Derfor vil forbrugerne ikke oversætte informationerne fra medierne og bedømme, hvad de betyder for deres egen økonomi. Derfor stiger den diffuse bekymring i takt med, at medierne flyder over med kriseretorik.

Hvad vil forbrugerne gøre ved deres bekymringer over de stigende priser?

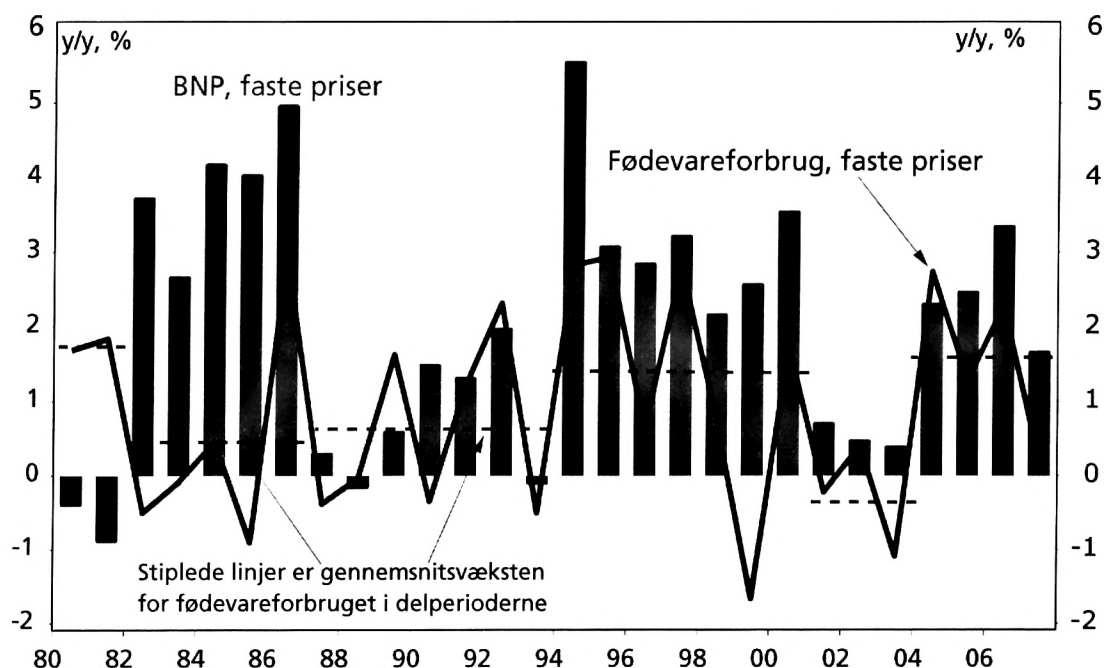
Det fremgår af figur 2, hvordan forbrugerne vil håndtere deres bekymring i et marked med stigende priser og finansuro.

I februar ville halvdelen spare på varmen, nu er det faldet til to ud af fem. Faldet kan

Figur 2. Det vil husholdningerne gøre, når priserne stiger, men hvor længe?

Det vil husholdningerne (ja, vil gøre + ja, vil sikkert gøre)	Måling for Nordea Februar 2008	Måling for Nordea November 2008
Spare på varme og el	51%	40%
Købe billigere mad	28%	23%
Købe færre forbrugsgoder - Færre besøg på café - Restaurant - Tøj, møbler osv.	28%	34%

Figur 3. Fødevarerforbruget er blevet mere konjunkturfølsomt
(økonomisk vækst og fødevarerforbrug under høj- og lavkonjunktur)



Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken

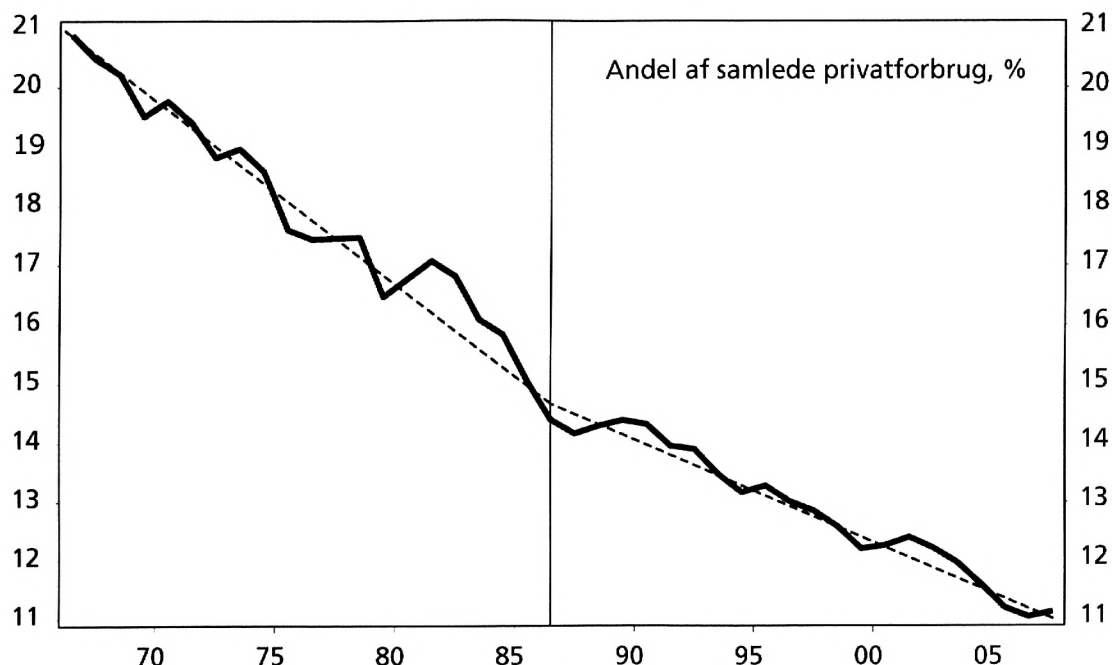
efter vores opfattelse bedst forklares ved, at det nok synes nemmere at spare på varmen, når fyringssæsonen lakker mod enden, end når den tager sin begyndelse. Varme er en nødvendighedsydelse, som vi er meget afhængige af i vores klima uanset prisen. Derfor vil forbruget heraf kun ændre sig langsomt.

Når det drejer sig om fødevarer, ville godt og vel én ud af fire købe billigere mad eller på anden vis forsøge at begrænse denne udgift. Det var meldingen i foråret, og der ses nu et lille fald og spores en vis træthed, da mållinjen viser et lille fald. Det kan være svært at spare på nødvendighedsvarer, som fødevarerne hører til. Vi kan da også tydeligt se, at forbrugerne nu har skiftet fokus og strategi. Kan man ikke spare nok på nødvendigheds-

varerne, rettes blikket mod andre mere luksusbetonede forbrugsvarer og ydelser som tøj, elektronik, møbler, restaurant- og cafebesøg m.m.

I februar ville hver fjerde spare på øvrige forbrugsvarer og ydelser, nu er det hver tredje. Det fremgår også af tal fra Danmarks Statistik for udviklingen i detailhandlen siden da, at finans- og boligkrisen nu rammer med fuld kraft. Ikke mindst det konjunkturfølsomme tøjsalg er faldet kraftigt, men også salget af andre varige forbrugsgoder, herunder elektronik, møbler, ure og smykker, er under hårdt pres. Salget af fødevarer målt i mængder er også faldet, men i mindre omfang. Opbremsningen i detailhandlen er den mest voldsomme i nyere tid.

Figur 4. Forbruget af fødevarer udgør en fortsat mindre andel af det samlede privatforbrug



Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken

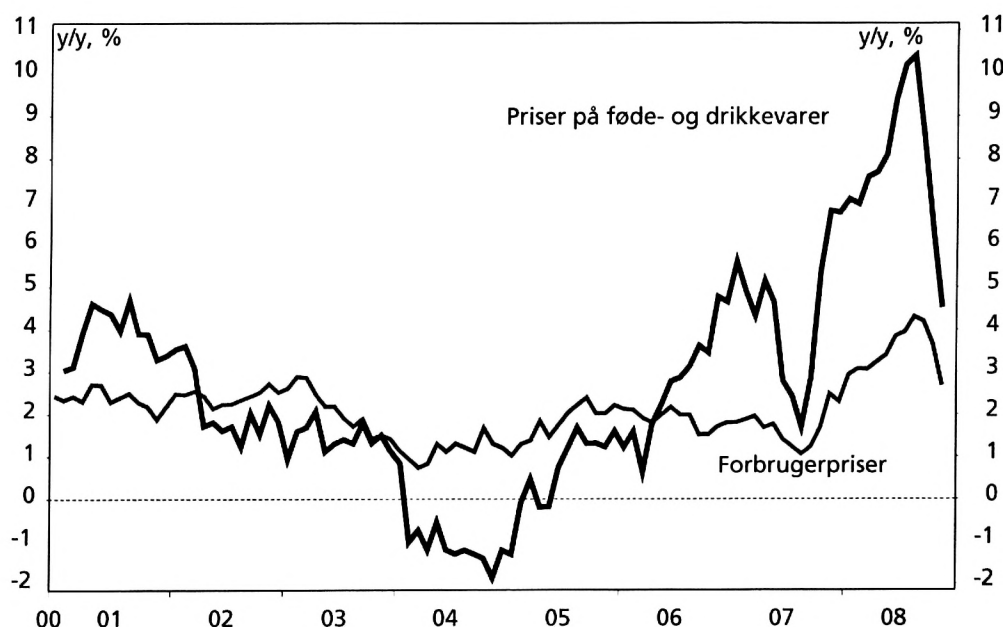
Men hvad betyder finanskrisen og kriser i det hele taget for forbrugernes realforbrug af fødevarer?

Det fremgår af figur 3, at fødevarerforbruget tilsyneladende er blevet mere konjunkturfølsomt de senere år. Figuren viser fødevarerforbruget under både høj- og lavkonjunkturer.

Ser vi tilbage på tidligere økonomiske perioder i nyere tid som eksempel 1980-82, hvor Danmarks økonomi var udsigtsløs, var der pæn vækst i det private fødevarerforbrug, mens den økonomiske vækst var negativ. I årene derefter og frem til 1987 var det næsten omvendt, væksten i fødevarerforbruget var ganske moderat, mens den økonomiske vækst var høj. I perioden fra 1988 til 1993 var væksten i det private fødevarerforbrug gen-

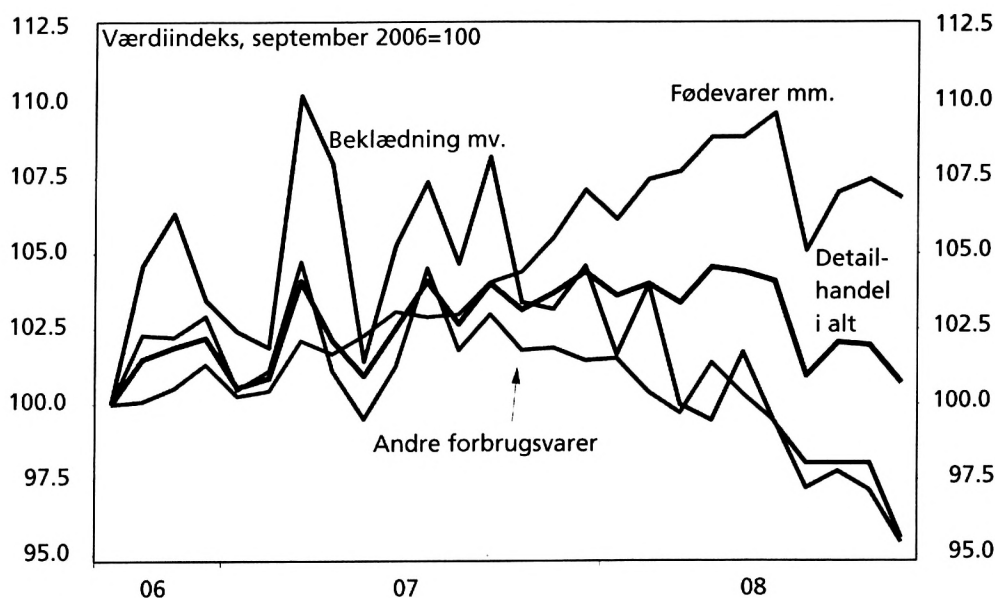
nemgående højere end i den foregående periode, mens den samlede vækst i samfundsøkonomien var betydelig lavere. Figur 3 viser et vist vendepunkt i vores forbrug af fødevarer efter 1994, så dette i højere grad følger væksten i de samlede økonomiske aktiviteter i samfundet, end vi tidligere har set. Så uagtet at vores forbrug af fødevarer nødvendigvis er rimeligt stabilt, så kan det forhold, at fødevarerforbruget er blevet noget mere konjunkturfølsomt, være et udtryk for, at vores forbrug af fødevarer består dels af et basisforbrug, og dels i stigende grad af et luksusforbrug. Det er luksusforbruget, vi kan justere op og ned, når der er vækst og recession.

Figur 5. Kraftige stigninger i fødevarepriserne har bidraget til, at...



Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken

Figur 6. ... fødevarer i løbet af de sidste par år har fyldt en større andel af den samlede værdi af detailhandlen



Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken

Forbruget af fødevarer udgør en fortsat mindre andel af det samlede privatforbrug

Det overordnede billede af udviklingen i det private forbrug af fødevarer ses i figur 4.

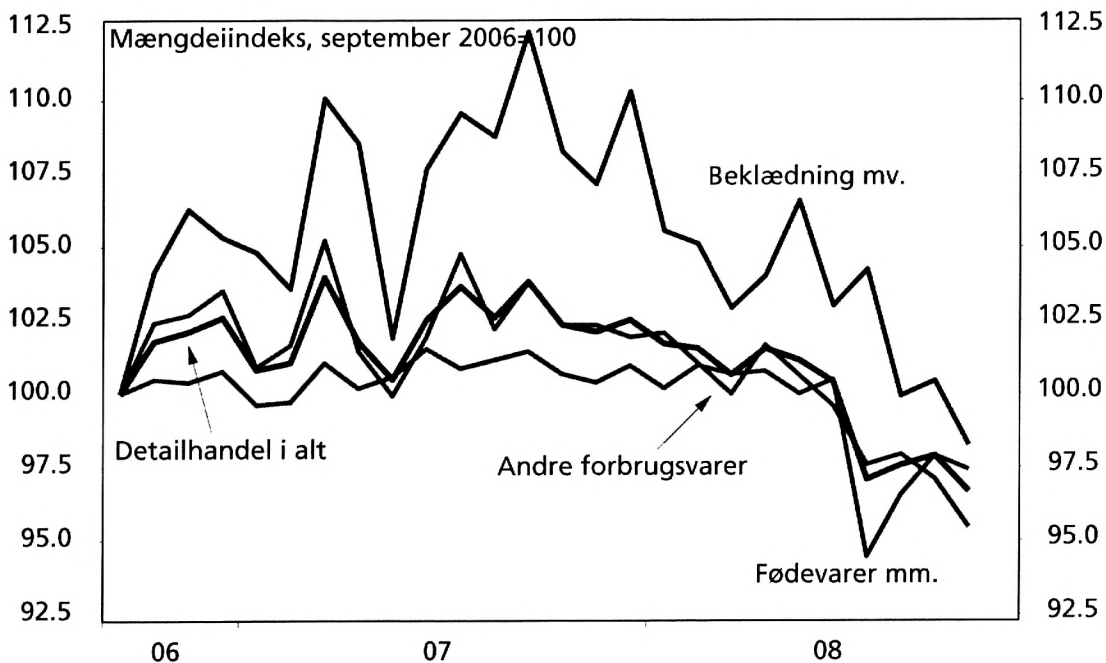
Heraf fremgår, at forbruget af fødevarer fylder mindre og mindre i husholdningernes budgetter. I løbet af de seneste 40 år har udviklingen betydet, at madvarer kun fylder cirka det halve i budgettet i dag i forhold til slutningen af 60'erne. Det skyldes ikke, at vi er holdt op med at spise, men er derimod et resultat af den almindelige velstandsudvikling og en kraftig stigning i det øvrige forbrug. Samtidig er der trods alt begrænsninger på, hvor meget vi – i hvert tilfælde mængdemæssigt – kan forbruge.

At dømme på det seneste års udvikling i detailhandlen er der sat en midlertidig stopper for udviklingen vi har set i figur 4. De kraftige stigninger i fødevarepriserne, vi har haft gennem de seneste to år, jf. figur 5, har nemlig bidraget til, at fødevarerne i løbet af de sidste par år har fyldt en større andel af den samlede værdi af detailhandlen, jf. figur 6.

Detailhandlen med fødevarer målt i mængder har derimod nogenlunde fulgt den samlede detailhandel de sidste par år, jf. figur 7.

Det er altså fødevareprisstigningerne, der trækker værdiindekset op, mens mængdeindekset viser en faldende tendens. Det viser, at når hver fjerde forbruger peger på, at de vil købe billigere mad eller spare på maden, ja så

Figur 7. Detailhandlen med fødevarer målt i mængder har fulgt den samlede detailhandel de sidste par år



Figur 8. Økologiske fødevarer udgør en fortsat større andel af den samlede detailhandel med fødevarer m.m.

	2003	2004	2005	2006	2007
Økoandelen	2,1%	2,1%	2,3%	2,7%	3,4%

Kilde: Danmarks Statistik, Statistikbanken

lader det til, at de også forsøger at leve op til det ved at forbruge mindre mængder. Men de kraftige prisstigninger har indtil videre betydet, at de ikke har sparet noget.

Andre forbrugsmønstre

Der er dog ingen tvivl om, at forbrugerne har forsøgt at spare på fødevarerbudgetterne på andre måder end ved at reducere mængden af indkøbte varer. De har i stedet i højere grad valgt at øge deres fokus på prisen ved hyppigere at købe ind i discountsupermarkeder. Finanskrisen har givet denne butikstype mange kunder og vækst i omsætningen. Nogle forbrugere har utvivlsomt også byttet dyre varer ud med billigere kvaliteter for eksempel ved at veksle bøffen med en hakkebøf, ligesom øget salg af mel peger i retning af, at flere har fået lyst til selv at bage deres brød.

Til trods for discountvæksten så indeholder danskernes forbrug af fødevarer tilsyneladende overordnet set stadig et stort element af luksusvarer, som vi nødtigt slipper. Et kig ind i forbrugsundersøgelsen fra Danmarks Statistik viser bl.a., at en familie med to børn hver måned bruger over 500 kr. alene på chokolade, is og slik.

Udover discountvækst er der også kraftig vækst i salget af de økologiske varer jf. figur 8, der viser, at de økologiske fødevarer udgør en fortsat større andel af den samlede detailhandel med fødevarer m.m.

Figur 8 viser, hvor meget de økologiske varer fylder af den samlede detailhandel.

Økologiske konsummælksprodukter udgør eksempelvis alene omkring 47% af alle solgte konsummælksprodukter, og er i øvrigt det økologiske produkt, der sælges mest af.

Denne ændring i forbruget kan være tegn på, at der er en stigende bevidsthed om i hvert tilfælde visse økologiske produkters kvaliteter. Vi har ikke talmateriale nok til at se præcist hvor meget "luksus" der udover økologien er gået i forbruget, og vi kan heller ikke give et klart bud på i hvilket omfang, denne udvikling vil blive ramt af finanskrisen. Det skyldes, at vi ikke har en lang tal-historik, hvad angår forbruget af økologiske varer fra tidligere økonomiske perioder. Figur 3 viser, at fødevarerforbruget som sådan er blevet mere konjunkturfølsomt, men vi ved ikke, om den samme tendens gør sig gældende mht. de økologiske varer. Vi tvivler dog på, at fi-

nanskrisen i sig selv for alvor vil påvirke forbruget af økologiske varer, som forbrugerne allerede har gjort til en del af deres forbrug. Men muligvis vil finanskrisen påvirke væksten i forbruget af nye økologiske produkter, således at forbrugerne ikke uden videre lukker

nye typer at økologiske produkter ind i køkkenet lige med det første, men holder sig til de produkter, de allerede kender. Samtidig forventer vi, at forbruget af øvrige luksusfødevarer bliver ramt.

Litteratur

Danmarks Statistik. Statistikbanken.dk

Danmarks Statistik. Detailomsætningsindeks oktober 2008

Synovate. Spørgeundersøgelse foretaget af Synovate (tidligere Vilstrup) for Nordea blandt 1.017 personer i alderen 16 – 65 år. Undersøgelsen blev foretaget i februar og gentaget i november 2008.

The Economist.

TNS Gallup. Spørgeundersøgelse foretaget af TNS Gallup for Nordea blandt 4.481 voksne. Undersøgelsen blev foretaget i 2006 i Danmark, Finland, Norge og Sverige.

¹ En spørgeundersøgelse gennemført af Synovate for Nordea i Danmark, Finland, Norge og Sverige, hvor 4.481 voksne deltog i 2006, viste bl.a., at danskerne var de mindst interesserede i hele Norden i at læse om økonomi i aviser og på internettet, og kun én ud af seks danskere gør det dagligt eller næsten dagligt, mens hver tredje aldrig læser om økonomi.

