

# KATONA OG FORVENTNINGSBAROMETERET F



**SVEND ASLE EGGEN** er førstelektor ved Handelshøyskolen BI Trondheim. Han er cand. philol. med hovedfag i historie fra Universitetet i Trondheim og Master of Management fra BI. Han har tidligere arbeidet i Statistisk Sentralbyrå, Norsk Gallup Institutt, TVTrøndelag og Strategi markedsanalyse.

## SAMMENDRAG

I 2011 er det 110 år siden ungarenen George Katona ble født og 30 år siden han døde. I tillegg er det 20 år siden Norsk Gallup Institutt begynte å planlegge et forventningsbarometer for Norge.

Første del av artikkelen er en biografi om George Katona, som er opphavsmannen til *Index of Consumer Sentiment*. Andre del tar for seg ideen bak og utformingen av indeksen. Del tre omhandler hvordan indeksen kom til Norge, og barometerets evne til å forutsi konjunkturodringer.

George Katona ble født i Budapest i 1901. Et kommunistisk kupp i 1918 fikk ham til å flytte til Tyskland, hvor han tok en doktorgrad i psykologi i 1921. Etter dette arbeidet han i bank og studerte økonomi. Fra 1926 til 1933 arbeidet han som økonomijournalist, men drev også psykologisk forskning. Da Hitler kom til makten, emigrerte han til USA. Under krigen begynte han å forske på bruk av intervjuundersøkelser for å forutsi folks forbruk.

Katona mente at vi måtte ta hensyn til psykologiske faktorer for å forstå økonomiske beslutningsprosesser. I et overflodssamfunn avhenger forbruk både av evne og vilje til å handle. Katona utviklet Index of Consumer Sentiment ved University of Michigan på 50-tallet. Målingen bygger på at framtidig etterspørsel er et resultat av folks tiltro til husholdningens og landets økonomiske utsikter. Målet for indeksen er å forbedre forutsigelser av konjunktursvingninger ved å måle optimisme og pessimisme.

I Norge har TNS Gallup arbeidet med forventningsbarometeret siden 1992. Barometeret fanget opp det økonomiske vendepunktet vinteren 1993–94, virkningene av Asia-krisen i 1998, valutauroen høsten 2002 samt finanskrisen i 2008. Særlig viktig har forventningsbarometeret vært for å varsle når nedgangstidene har snudd til opptur.

## 1 GEORGE KATONA (1901–1981)

### 1.1 OPPVEKST I ØSTERRIKE-UNGARN

George Katona ble født i 6. november 1901 i Budapest, i daværende Østerrike-Ungarn (American Psychological Association 1978). Han hadde planer om å studere jus ved universitetet i Budapest og senere overta sin bestefars advokatpraksis. Et kommunistisk kupp ledet av Bela Kun førte til at universitetet ble stengt i

1918. Katona flyttet derfor til Tyskland og tok en doktorgrad i psykologi ved universitetet i Göttingen i 1921 (Wärneryd 1982).

### 1.2 PSYKOLOG OG PRESSEMANN

#### I TYSKLAND PÅ 20-TALLET

Det var ikke enkelt å få arbeid som psykolog i Tyskland på 20-tallet. Katona fikk i stedet stilling som analytiker

i en bank i Frankfurt. Mens Katona arbeidet som bankanalytiker, opplevde han hyperinflasjonen i Tyskland (Katona 1972). Dette var årsaken til at han i 1923 skrev sin mye siterte artikkel om at inflasjon er massehysteri. Den store oppmerksomheten førte til at han begynte å studere økonomi (American Psychological Association 1978).

I 1926 begynte han som assisterende redaktør i uke magasinet *Der Deutsche Volkswirt* i Berlin. I sju år skrev Katona artikler om utviklingen i verdensøkonomien. Han fortsatte samtidig sine psykologiske eksperimenter og publiserte vitenskapelige artikler. Rett etter børskrakket på Wall Street i 1929 spådde Katona at verden ville gå inn i en depresjon. Han mente at ungarer fikk problemer i dårlige tider. Ifølge ham selv var det en av årsakene til at han giftet seg med sin kollega Marian Beck i oktober samme år (Katona 1972).

### 1.3 IMMIGRASJON OG TUBERKULOSE I USA PÅ 30-TALLET

Da Hitler kom til makten i 1933, ble tidsskriftet *Volkswirt* stengt, og Katona emigrerte til USA. Der støtte han på alle de problemer immigranter møter når de kommer til et nytt land hvor de ikke har noe nettverk (Katona 1972). Det viktigste var å skaffe seg inntekt. Heldigvis hadde Katona vært Berlin-korrespondent for *Wall Street Journal* før han flyttet til USA. Honorarene og utgiftsrefusjonen fra *Wall Street Journal* hadde han bedt avisen om å sette inn på konto i en New York-bank. Disse pengene kom nå godt med. Han etablerte sammen med en tidligere kollega et rådgivningsselskap knyttet til amerikanske investeringer for velstående venner av *Der Deutsche Volkswirt*.

I 1936 utviklet Katona tuberkulose. Det tok ham tre år å komme til hektene igjen. Etter tuberkuloseangrepet avsluttet han sin karriere som investeringsrådgiver. Mens han var syk, studerte han læringspsykologi og fikk et stipend fra Carnegie Corporation. Hans bok *Organizing and Memorizing*, som kom ut i 1940, ble siste gang trykt opp i 1967.

### 1.4 FORSKNING PÅ KRIGSØKONOMI PÅ 40-TALLET

Krigsutbruddet i Europa i 1939 fikk Katona til å avbryte sine studier i læringspsykologi. Med et stipend fra Guggenheim brukte Katona de to neste årene på å forsøke å integrere økonomi og psykologi. Bekymringen for de økonomiske virkningene av krigen fikk ham til å skrive

boken *War without Inflation*, som kom ut i 1942 (American Psychological Association 1978).

I 1942 flyttet Katona til Chicago for å arbeide ved Cowles Commission. Der arbeidet han med intervjuundersøkelser om næringslivslederes syn på priskontroll. Noen av spørsmålene i disse undersøkelsene kartla også de næringsdrivendes holdninger og forventninger (American Psychological Association 1978).

I 1944 sendte Katona et manuskript om sine undersøkelsesmetoder til Rensis Likert, som var den ledende fagmann på området. Noen uker etterpå fikk Katona tilbud om å begynne å arbeide for Likert ved det amerikanske landbruksdepartementets avdeling for Program Surveys (American Psychological Association 1978). Katona aksepterte og flyttet til Washington. Der arbeidet han med utredninger om overgangen fra krigs- til fredsekonomi. En sentral oppgave var å undersøke hva folk ville gjøre med pengene fra krigsobligasjonene sine når de ble frigitt. Ville de spare dem, eller ville de bruke dem og skape inflasjon (Likert 1972)?

Rensis Likert klarte i 1945 å få den amerikanske sentralbanken, Federal Reserve Board, til å finansiere en stor årlig intervjuundersøkelse blant amerikanske forbrukere. Pilotundersøkelsen ble gjennomført i 1945 under ledelse av George Katona og Eleanor Maccoby. Den viste at intervjuundersøkelser var et egnet redskap for å kartlegge forbrukeratferd. Den første ordinære undersøkelsen ble gjennomført i 1946. Undersøkelsen gikk fra 1947 under navnet Survey of Consumer Finances (Likert 1972). Hovedhensikten med undersøkelsen var å kartlegge hvor store midler forbrukerne hadde til disposisjon, og planene for kjøp av varige forbruksgoder.

I 1946 flyttet mange av forskerne ved det amerikanske landbruksdepartementet over til Ann Arbor da The Survey Research Center ble etablert ved University of Michigan. Katona ledet The Economic Behavior Program fra 1946 til han gikk av med pensjon i 1972 (American Psychological Association 1978).

Katona og hans kolleger samlet også inn data om forbrukernes forventninger, intensjoner og planer. Analyseavdelingen i Federal Reserve Board ga beskjed om at han gjerne måtte samle inn disse dataene, men de ville ikke se dem. I 1949 ble det spådd at USA var på veg inn i en resesjon. Undersøkelsen til Katona viste imidlertid at befolkningen planla å opprettholde etterspørselen etter varige forbruksgoder. Siden Katonas spådommer

slo til, ble forventningsresultatene populære fra 1950 (Likert 1972).

### 1.5 PROFESSOR VED UNIVERSITY OF MICHIGAN PÅ 50- OG 60-TALLET

Katona ble utnevnt til professor i både økonomi og psykologi ved universitetet i Michigan i 1950 (Wärneryd 1982). Utviklingen av fagområdet økonomisk psykologi var utfordrende. Federal Reserve Board, som finansierte den årlige forbrukerundersøkelsen, nedsatte en komité som skulle evaluere arbeidet til The Survey Research Center. Komiteen la fram sin vurdering i 1955 og var meget kritisk til undersøkelsens evne til å forutsi den økonomiske utviklingen (Dominitz og Manski 2003).

De negative konklusjonene ble imøtegått av Katona, og han fortsatte arbeidet med Index of Consumer Sentiment. I stedet for å diskutere med Federal Reserve Board om hvilke spørsmål som skulle være med i undersøkelsen, finansierte Katona fra 1959 arbeidet ved hjelp av midler fra private selskaper og stiftelser (American Psychological Association 1978).

Katona mente at årlige målinger var for sjeldent. Han klarte å få finansiert en økning av undersøkelsesfrekvensen. I perioden 1951 til 1959 ble målingen gjort to til fire ganger i året (Mueller 1963). Fra 1960 kom de i gang med kvartalsvise undersøkelser og på 70-tallet månedlige undersøkelser (Likert 1972).

Katona var en flittig skribent og publiserte i tillegg til en rekke artikler bøkene *The Powerful Consumer* i 1960 og *The Mass Consumption Society* i 1964 (Association for Consumer Research 1983).

### 1.6 PROFESSOR EMERITUS PÅ 70-TALLET

Katona ble pensjonist i 1972. Han fortsatte imidlertid sitt forskningsarbeid og publiserte flere bøker også på 70-tallet. Han var blant annet opptatt av stagflasjonen på syttitallet og de påfølgende nedgangstidene. I 1975 publiserte han boken *Psychological Economics* og tre år etter *A New Economic Era* med Burkhard Strumpel. Den siste boka het *Essays on Behavioral Economics* (1980). George Katona døde i Vest-Tyskland 18. juni 1981 (Wärneryd 1982).

Katonas Index of Consumer Sentiment ble etter hvert anerkjent i vide kretser, og det var en fjær i hatten at EUs statistiske sekretariat tok i bruk teknikken på syttitallet. EU-kommisjonen påviste en klar sammen-

heng mellom deres forventningsbarometer og privatforbruket. De mente at forventningsbarometeret var et robust redskap for å få et bilde av forbrukeratferden (European Economy 1991).

Wärneryd (1982) skriver etter Katonas bortgang at var det særlig fire områder Katona beskjeftiget seg med. Før det første forsket han på forbrukeratferd og konjunktursyklus på makronivå. For det andre baserte han seg på faktisk atferd og empiriske data. For det tredje var han skeptisk til økonomifagets manglende vektlegging av psykologiske faktorer. Det fjerde var at han som tidligere presseman, var opptatt av formidling.

## 2 INDEX OF CONSUMER SENTIMENT

### 2.1 MULIGHET OG VILLIGHET TIL FORBRUK

Forbrukerretterspørsel var i følge Katona en funksjon av befolkningens mulighet og villighet til å handle. «The better off people feel, the more they spend» (Bird 1981). Dette er essensen i den økonomiske psykologien eller atferdsøkonomi som faget etter hvert ble omdøpt til.

Da Katona begynte sitt arbeid var det rådende syn blant økonomer at utviklingen i økonomien var styrt av næringslivet og regjeringen. Man mente at forbrukerne ikke hadde noen nevneverdig innflytelse siden deres forbruk var bestemt av deres inntekt og den var i sin tur kontrollert av beslutninger som ble fattet av næringslivet og styresmaktene. (Likert 1972)

Katonas undersøkelser om forbrukernes holdninger og atferd ble sett på med skepsis av økonomer i starten (Wärneryd 1982). Når det viste seg at undersøkelsene kunne forklare og forutse vendepunkter i konjunkturutviklingen, økte anseelsen.

Forbrukernes forventninger blir målt ved å intervjue representative utvalg av befolkningen. En av Katonas sentrale bidrag til økonomifaget er utviklingen av Index of Consumer Sentiment. Etter en rekke forsøk fant indeksen sin form i perioden 1952–1954 (Wärneryd 1982).

Formålet med Index of Consumer Sentiment er å foreta forutsigelser om den økonomiske utviklingen på grunnlag av målinger av optimisme eller pessimisme. Indeksen består av 5 spørsmål om forbrukernes bedømming av tidligere og fremtidig økonomisk utvikling. Indeksen er den gjennomsnittlige differansen mellom optimistiske og pessimistiske svar. Enkelheten er fascinerende siden det ikke er noen kompliserte formler og vektninger.

## 2.2 DE FEM ENKLE SPØRSMÅLENE

«Index of Consumer Sentiment» ble utviklet av George Katona i første halvdel av 50-tallet. En nærmere beskrivelse av undersøkelsen finnes på hjemmesiden til «University of Michigan Surveys of Consumers» (Surveys of Consumers 2011).

Indeksen består av følgende fem spørsmål:

1. Would you say that you and your family are better off or worse off financially than you were a year ago?
2. Now looking ahead – do you think that a year from now you people will be better off financially or worse off or just about the same as now?
3. Now we shall be talking about conditions in the country as a whole – do you think that during the next twelve months we'll have good times financially or bad times, or what?
4. Looking ahead further, which would you say is more likely – that in the country as a whole we will have good times during the next five years or so – or that we will have periods of widespread unemployment and depression, or what?
5. Now about things buy for their house – I mean furniture, house furnishing, refrigerator, stove, TV and things like that. Do you think now is a god time or a bad time to buy such large household items?

I tillegg til de fem ovenstående spørsmålene besto Katonas Index of Consumer Sentiment opprinnelig også av tre andre spørsmål (Katona and Mueller 1956):

TEMA	SPØRSMÅLSTEKST
6. Prisforventningene for neste år (inflasjon)	«What do you expect prices of household items and clothing will do during the next year or so – stay where they are, go up or go down?»
7. Kjøpsintensjon for bil neste 12 måneder	«Do you, or does anyone else in the family, expect to buy a car during the next twelve months or so?»
8. Kjøpsintensjoner for bolig neste 12 måneder	«Do you expect to buy or build a house for your own use during the next twelve months or so?»

Fra 1952 til 1960 ble det brukt åtte spørsmål i utregningen av Index of Consumer Sentiment (Katona 1960). I 1963 var tallet på spørsmål redusert til seks (Mueller 1963). Det var de to spørsmålene om kjøpsintensjoner av bil og bolig som var blitt fjernet (Katona

1964). Det synes også som at han allerede da hadde begynt å stille spørsmålsteget ved nytten av spørsmålet om inflasjon.

I siste halvdel av 50-tallet ble det eksperimentert med å øke tallet på spørsmål og å vekte spørsmålene ulikt. Ingen av delene førte til noen forbedring av Indeksenes evne til å forutsi fremtidig forbruk (Katona 1964).

Katona begynte som tidligere nevnt å eksperimentere med en indeks for forbrukerholdninger som var sammensatt av flere spørsmål tidlig på 50-tallet (Katona 1960). Hensikten var å forenkle presentasjonen av det store materialet til The Survey Research Center og å gjøre tolkningen mer objektiv. Katona viste at «Index of Consumer Attitudes» som den opprinnelige, ga en god forklaring på svingningene i salget av varige forbruksgoder.

I den siste boken Katona (1980) utga før han døde, skriver han blant annet om erfaringene med Index of Consumer Sentiment i lys av det nyeste datamaterialet. I følge Katona var de vanligste prognoser kun en framskrivning av tidligere trender. Ved å måle endringer i folk forventninger, kunne man bedre kunne forutsi sykliske vendepunkter i konjunktorene.

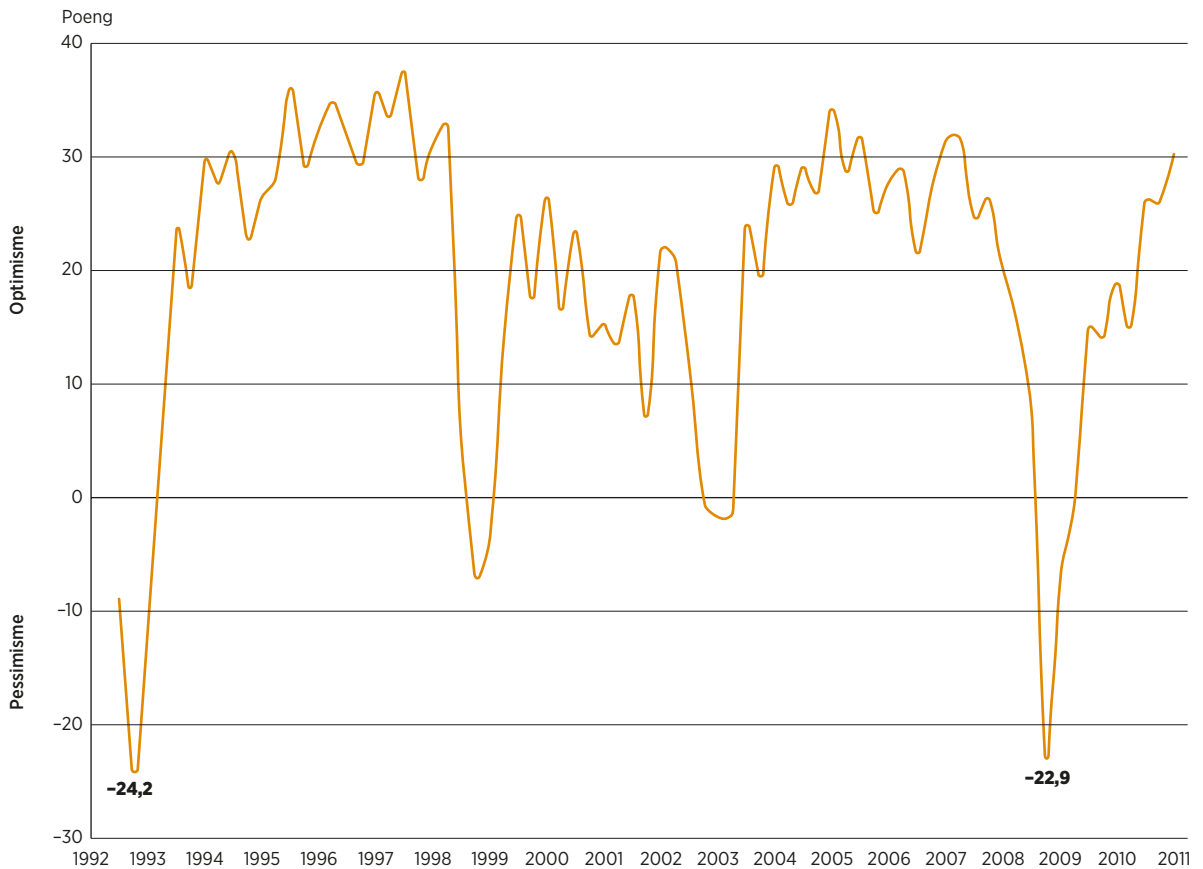
Index of Consumer Sentiment varsler i følge Katona økonomiske nedgangstider god tid i forvegen. Indeksen varsler også oppgangstider, men ikke like lang tid i forvegen. Når det er små endringer i økonomien fungerer indeksen like bra som andre konjunkturindikatorer.

I dag finnes det tre kjente Consumer Confidence indekser i USA. Ved siden av indeksen fra University of Michigan har The Conference Board publisert sin egen indeks fra 1967 og ABC News startet sin i 1985. Innsamlingsmetode, utvalg og spørreskjema varierer for de tre undersøkelsene, men resultatene har vært ganske sammenfallende over tid (Merkle, Langer and Sussman 2004).

## 3 UTVIKLINGEN AV FORVENTNINGSBAROMETERET I NORGE

Det norske forventningsbarometeret gjennomføres hvert kvartal og består av fem spørsmål (Finansnærings Fellesorganisasjon 2011). Det måler befolkningens tiltro til husstandenes økonomiske utvikling et år framover og bakover i tid. Respondentene blir også spurt om synet på landets økonomiske utvikling et år framover

FIGUR 3.1 Forventningsbarometeret 1992–2011



Kilde: TNS Gallup og Finansnæringens Fellesorganisasjon

og bakover i tid. Til slutt blir de bedt om å vurdere om det er et godt eller dårlig tidspunkt for å kjøpe større husholdningsartikler (TNS Gallup 2011).

Forventningsbarometeret i Norge bygger på følgende fem spørsmål:

1. Vil du si at økonomien i din husstand er bedre eller dårligere enn for et år siden, eller er det ingen forskjell?
2. Tror du at økonomien i din husstand vil komme til å bli bedre eller dårligere om ett år, eller vil det ikke bli noen forskjell?
3. Dersom vi ser på den økonomiske situasjonen for hele Norge, vil du si at økonomien i landet generelt er bedre eller dårligere enn for et år siden, eller er det ingen forskjell?
4. Tror du at den økonomiske situasjonen i Norge vil komme til å bli bedre eller dårligere om ett år, eller vil det ikke bli noen forskjell?
5. Tror du at det nå er et godt tidspunkt for befolkningen generelt å kjøpe større husholdningsartikler, eller tror du det er et dårlig tidspunkt?

Utrekningen av barometeret foregår ved at man summerer differansene mellom optimistiske og pessimistiske svar og deler på antall spørsmål. Det gjennomsnittet som da fremkommer, er den barometerverdien som publiseres. Undersøkelsen gjennomføres som en telefonomnibus i et landsrepresentativt utvalg på ca. 1000 personer som er 15 år og eldre. Undersøkelsen gjennomføres av TNS Gallup i samarbeid med Finansnæringens Fellesorganisasjon.

TABELL 3.1 Økende optimisme (Kilde: TNS Gallup. Ujusterte verdier)

	1992	1993	1994	1995
1. KVARTAL		-11,6	29,6	26,5
2. KVARTAL		5	27,7	28,4
3. KVARTAL	-9	23,4	30,5	36,2
4. KVARTAL	-24,2	18,5	22,8	29,3

### 3.0 OPPSTARTEN AV FORVENTNINGSBAROMETERET I NORGE

Utgangspunktet var et ønske fra Økonomisk Rapport om en måling av forbrukernes tiltro til de økonomiske fremtidsutsiktene. Hensikten med å etablere forventningsbarometeret var bl.a. å profilere Gallup som et institutt som jobbet med mer enn politiske meningsmålinger (Eggen 1996). Dessuten var Gallup på leting etter en måling som kunne vise når de økonomiske nedgangstidene begynte å snu etter bankkrisen.

Forventningsbarometeret i Norge begynte med at Norsk Gallup Institutt sendte ut en telefaks til en rekke engelskspråklige gallupinstitutt rundt om i verden hvor de ble spurt om de hadde noen hadde erfaring med «Consumer Confidence». I EU og Australia blir forventningsbarometeret kalt Consumer Confidence.

I september 1991 dumpet det ned et brev i postkassen fra markedsanalyseinstituttet Roy Morgan Research i Australia. De fortalte at de hadde drevet med dette siden 1973 og hadde gode erfaringer. Deres barometer bygde på spørsmålene som var utviklet ved Survey Research Center i Michigan.

Gallup oppdaget at EU-kommisjonen benyttet litt andre spørsmål, og valgte å legge seg opp mot EUs løsning. EUs spørsmål benyttet seg av en fempunkts skala: mye bedre, litt bedre, omtrent det samme, litt verre og mye verre (European Economy 1991). Gallup besluttet å gjøre om dette til en trepunkts skala: bedre, dårligere og ingen forskjell. Dette ble gjort for å tilpasse spørsmålene til telefonintervju.

EU-kommisjonen hadde begynt med sine forbrukerundersøkelser i mai 1972. Spørreskjemaet var basert på tester i Frankrike og Tyskland samt arbeidet til Katona ved University of Michigan (European Economy 1991).

EU gjennomførte opprinnelig sine målinger tre ganger i året, men økte fra 1979 frekvensen til månedlige

undersøkelser i de fleste medlemsland. I de fleste EU-land var utvalget på 2 000 husholdninger. EU benyttet både personlige intervju (ansikt til ansikt) og telefonintervju. EU hadde funnet at telefonintervju var like bra som personlige intervju. Grunnen til at dette ble testet, var at telefonintervju var en omstridt metode på slutten av 80-tallet siden en del husholdninger manglet telefon.

### 3.1 OPPGANGEN I FØRSTE HALVDEL AV 90-TALLET

Gallup begynte å eksperimentere med forventningsbarometeret i november 1991. Norge hadde vært gjennom en sammenhengende lavkonjunktur siden 1987, og vi hadde bankkrisen ved starten av 90-tallet. Gallup hadde derfor store problemer med å få finansiert datainnsamlingen. Enden på visa ble at Sparebankforeningen, Økonomisk Rapport og Norsk Gallup Institutt dekket en tredjedel hver. I november 1992 kjørte Gallup for første gang forventningsbarometeret med de fem spørsmålene som fortsatt benyttes i dag. Dette er illustrert i tabell 3.1.

Høsten 1992 kom den norske kronen under press, og økonomiske eksperter spådde renteoppgang. Dette brakte forventningsbarometeret ned på et svært lavt nivå i november 1992. Det skulle ta 16 år og en finanskrise før vi igjen kom ned på et omtrent like lavt nivå.

Forventningsbarometeret økte markant fra årsskiftet 1992–93 til neste vinter. Oppgangen var på over førti poeng. Rett før OL på Lillehammer i 1994 spådde Gallup at nå kom det økonomiske oppgangstider. Enkelte ga uttrykk for at dette hadde de ikke noen tro på. Våren 1994 var det fortsatt stor usikkerhet blant økonomer i Norge om konjunktorene virkelig hadde snudd etter så mange dårlige år. Høsten 1994 hadde vi økonomisk uro i Sverige, og i Norge fryktet folk at renten skulle stige. Den økonomiske utviklingen forble imidlertid stabil også i 1995. Vendepunktet i norsk økonomi vinteren 1993–94 var første gang

**TABELL 3.2** Effekten av Asia-krisen 1997–98 (Kilde: TNS Gallup)

	1996	1997	1998	1999
1. KVARTAL	32,5	35,8	31,1	-3,3
2. KVARTAL	35	33,5	32,8	14,1
3. KVARTAL	31,7	37,6	6	25
4. KVARTAL	29,4	28,1	-7	17,6

**TABELL 3.3** Dot.com-bølge og sterk krone (Kilde: TNS Gallup)

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
1. KVARTAL	26,6	15,3	21,9	-1,7	29,3	34,4
2. KVARTAL	16,4	13,5	20,9	-1,5	25,7	28,7
3. KVARTAL	23,6	17,9	11,7	23,7	29,2	31,9
4. KVARTAL	14,4	7,1	-0,2	19,5	27	25,2

forventningsbarometeret fanget opp et økonomisk vendepunkt.

### 3.2 ASIA-KRISE OG VALUTAURO I 1998

Juli 1997 oppga Thailand sitt fastkursystem. Det ble starten på en rekke økonomiske problemer for landene i regionen. I 1998 ble internasjonal økonomi preget av Asia-krisen, og i tillegg fikk Russland et finansielt sammenbrudd. Dette er illustrert i tabell 3.2.

På grunn av økende press på den norske krona i andre halvdel av august satte Norges Bank opp signalrentene med 2,5 prosentpoeng fra 21.–24. august (Norges Bank 2009). Samtidig falt oljeprisen dramatisk utover høsten i 1998 og var en periode under USD 10 per fat (Oslo Børs 2011). Disse to forholdene slo kraftig ut på det norske forventningsbarometeret høsten 1998.

Ved starten av 1997 var forventningsbarometeret oppe i 36 poeng. Dette var nest høyeste nivå som hadde vært målt på barometeret. Våren 1998 kom det signal fra barometeret om at oppgangskonjunktorene var over. Ved målingen i august 1998 falt forventningsbarometeret dramatisk, og i løpet av høsten 1998 falt det med 40 poeng. Dette var et klart signal om at norsk økonomi ikke ville få noe drahjelp fra innenlandske forbrukere. Folk hentet seg imidlertid raskt inn igjen, og vi var nesten tilbake til gamle høyder rundt årtusenskiftet. Signalene om nedgangstider var svake fra

barometeret vinteren 1997–98, men de var til stede trekvart år før kollapsen.

### 3.3 NEDGANG RETT ETTER ÅRTUSENSKIFTET

I 1999 og deler av 2000 ble internettaksjer priset skyhøyt. Dot.com-bølgen flatet ut noen måneder inn i 2000. Fra våren 2000 gikk verdensøkonomien inn i en langvarig nedtur, mye pga. en svak utvikling i den amerikanske økonomien (Oslo Børs 2011). Dette er illustrert i tabell 3.3.

Vi fikk også en nedadgående trend i norsk økonomi fra 2000–2003. Dette skyldtes en kraftig styrking av kronen fra mai 2000 til januar 2003. Den høye kronkursen skyldtes i sin tur den store rentedifferansen mellom Norge og utlandet. Norges Bank ønsket en høy rente i Norge for å stabilisere den økonomiske utviklingen og for å sikre en prisvekst i tråd med inflasjonsmålet.

Utover i 2003 steg optimismen til nye høyder. Dette skyldtes bl.a. at Norges Bank la om pengepolitikken og reduserte renten kraftig. Bakgrunnen for omleggingen var utfordringene de konkurranseutsatte næringene sto overfor, som en følge av den sterke kronkursen (NOU 2003:13). Forventningsbarometeret holdt seg høyt i 2004 og 2005.

Det var i samtiden stor usikkerhet om den økonomiske utviklingen fra 2000–2003. Kronkursen rammet eksportindustrien særlig hardt. Forventnings-

TABELL 3.4 Renteøkninger svekker optimismen (Kilde: TNS Gallup)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1. KVARTAL	27,8	31,6	20,4	-6,9	19,3	30,5
2. KVARTAL	28,9	31,7	15,2	-1,1	15,2	
3. KVARTAL	21,4	24,7	7,6	15,0	26,2	
4. KVARTAL	27,3	26,4	-22,9	14,3	25,9	

barometeret viste både oppgangskonjunktorene mot årtusenskiftet og den etterfølgende nedgangen.

### 3.4 FINANSKRISEN I 2008

Forventningsbarometeret ble noe svekket vinteren 2005–06, sannsynligvis som en følge av at Norges Bank begynte å sette opp styringsrenten. Høsten i 2007 var arbeidsløsheten i Norge på et lavnivå. Vi måtte tjue år tilbake i tid for å finne så lave tall. Boligprisene i de store byene var mer enn doblet siden år 2000. Samtidig var salget av nye personbiler rekordhøyt. Til tross for høy fart i økonomien var inflasjonen lav. Som en reaksjon på aktivitetsveksten satte Norges Bank opp styringsrenten med tre prosentpoeng i løpet av 2006 og 2007.

Det var imidlertid uro på de internasjonale børsene. De økonomiske fremtidsutsiktene var usikre. I USA hadde man begynt å snakke om risikoen med *subprime* dvs. boliglån til lånetakere med lav kredittverdighet. De norske renteøkningene fra 2005 til 2008 slo merkbart ut for de med lån. Norsk økonomi gikk imidlertid fortsatt på høygir. Lønnsoppjøret på våren i 2008 ble svært bra for lønnstakerne. Likevel registrerte forventningsbarometeret en svekket tiltro til de økonomiske fremtidsutsiktene fra november 2007. Det vil si omtrent trekvart år før Lehman Brothers gikk konkurs.

Den internasjonale finanskrisen høsten 2008 smettet også over på norsk økonomi. Det internasjonale finansvesenet var nær ved å bryte sammen. Verdens regjeringer satte i verk motkonjunkturtiltak. Det var stor usikkerhet om hvor lenge krisen ville komme til å vare. Publiseringen av tallene fra forventningsbarometeret for februar 2009 ble derfor meget spennende. Oppgangen fra november 2008 var på 16 poeng. Økonomien var ingen måte friskmeldt, men det var ingen tvil om at krisen i Norge var over for denne gang.

De norske motkonjunkturtiltakene dempet effektene av finanskrisen og bidro til å stimulere bil- og boligsalget. Arbeidsløsheten ble langt lavere enn fryktet. Salget av nye personbiler tok seg opp i andre halvår av 2009, og 2010 ble et tilnærmet rekordår.

### 3.5 KONKLUSJON ETTER 75 MÅLINGER

Forventningsbarometeret viste i 1993 at det gikk mot bedre tider allerede et år før Norge begynte å tro på at det kunne være sant. Asia-krisen gjorde lite inntrykk høsten 1997. Barometeret indikerte nedgangstider fra februar 1998. Det store fallet kom med de kraftige renteøkningene i august 1998. Sommeren 1999 viste barometeret at krisen var over.

Årtusenskiftet var høykonjunktur for IT-bransjen. Både på grunn av frykten for hva som ville skje med dataprogrammene når vi rundet årtusenskiftet, og på grunn av dot.com-boblen. Gjennom hele 2001 kom forventningsbarometeret med dårligere verdier enn tolv måneder tidligere. På våren i 2002 ble verdiene noe bedre, men så gikk det virkelig nedover høsten 2002. Sommeren 2003 varslet barometeret om at forbrukerne hadde tillit til omleggingen av valutapolitikken.

Vinteren 2007–08 varslet barometeret om at vi gikk mot en ny nedgangstid. Dette var over et halvår før konkursen i Lehman Brothers. Høsten 2008 var den store usikkerhetsfaktoren hvor lenge krisen ville vare. Alle-rede i februar 2009 tydet forventningsbarometeret på at krisen var over. Skjønt vi kunne ikke være helt sikre før i august.

I lys av ovenstående må det kunne konkluderes med at forventningsbarometeret i Norge er et meget velegnet redskap for å varsle omslag i de økonomiske konjunktorene. M



## REFERANSER

- American Psychological Association (1978). George Katona: Distinguished Professional Contribution Award for 1977. <http://nro-dd.sagepub.com/lp/psycharticles-reg/george-katona-distinguished-professional-contribution-award-for-1977-jAZhT2rFdy> (hentet 27.01.11).
- Association for Consumer Research (1983). Presentation of the ACR «Fellow in Consumer Behavior» Award to Sidney J. Levy, George Katona and Robert Ferber. *Advances in Consumer Research*, vol. 10:6–8. <http://www.acrwebsite.org/volumes/display.asp?id=6068> (hentet 30.03.11).
- Bird, David (1981). Obituary George Katona. *The New York Times*. <http://www.nytimes.com/1981/06/19/obituaries/george-katona-79-leading-economist.html> (hentet 27.01.2011).
- Eggen, Svend Asle (1996). *Norsk Gallup Institutt gjennom femti år*. Oslo: Falch.
- European Economy (1991). *The General Principles Underlying the Business Surveys*. Supplement B, spesialutg., juli 1991. Brussel: European commission.
- European Economy (1993). *International Indicators*. Supplement B, nr. 12, desember 1993. Brussel: European commission.
- Dominitz, Jeff og Charles F. Manski (2003). *How Should We Measure Consumer Confidence (Sentiment)?* Cambridge, MA: NBER arbeidsnotat nr. 9926.
- Finansnæringens Fellesorganisasjon (2011). *Forventningsbarometeret*, 1. kvartal. Oslo: Finansnæringens Fellesorganisasjon. <http://www.fnh.no/no/Hoved/Aktuelt/Sporreundersokelser/Forventningsbarometeret/Forventningsbarometeret-2011/Hoyeste-optimisme-pa-fem-ar-blant-husholdningene> (hentet 18.05.11).
- Katona, George og Eva Mueller (1956). *Consumer Expectations 1953–1956*. Ann Arbor, Michigan: Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan.
- Katona, George (1960). *The Powerful Consumer*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Katona, George (1964). *The Mass Consumption Society*. New York: McGraw-Hill Book Company.
- Katona, George (1972). Reminiscences. I: Burkhard Strumpel, James N. Morgan og Ernest Zahn (red.). *Human Behavior in Economic Affairs: Essays in Honor of George Katona with Concluding Comments by George Katona*. San Francisco: The Jossy-Bass/Elsevier international series.
- Katona, George (1975). *Psychological Economics*. New York: Elsevier.
- Katona, George og Burkhard Strumpel (1978). *A New Economic Era*. New York: Elsevier.
- Katona, George og James N. Morgan (1980). *Essays on Behavioral Economics*. Ann Arbor, Michigan: Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan.
- Likert, Rensis (1972). Courageous Pioneer: Creating a New Field of Knowledge. I: Burkhard Strumpel, James N. Morgan og Ernest Zahn (red.). *Human Behavior in Economic Affairs: Essays in Honor of George Katona with Concluding Comments by George Katona*. San Francisco: The Jossy-Bass/Elsevier international series.
- Merkle, Daniel M., Gary E. Langer og Dalia Sussman (2004). *Consumer Confidence: Measurement and Meaning*. New York: ABC News. <http://abcnews.go.com/images/PollingUnit/ConsumerConfidence061804.pdf> (hentet 12.05.11).
- Mueller, Eva (1963). Ten Years of Consumer Attitude Surveys: Their Forecasting Record. *Journal of the American Statistical Association*, vol. 58(304) (des.):899–917.
- Norges Bank (1999). *Beretning og regnskap 1998*. Oslo: Norges Bank. <http://www.norges-bank.no/no/om/publisert/publikasjoner/beretning/1998-norges-banks-arsberetning/> (hentet 20.03.11).
- NOU 2003:13 (2003). *Konkurransesevne, lønnsdannelse og kronkurs*. Oslo: Finansdepartementet. <http://www.regjeringen.no/nb/dep/fin/dok/nouer/2003/nou-2003-13/7.html?id=370327> (hentet 20.03.11).
- Oslo Børs (2011). *Børsens historie*. Oslo: Oslo Børs. <http://www.oslobors.no/Oslo-Boers/Om-oss/Boersens-historie/Dot.com-boelgen> (hentet 20.03.11).
- Surveys of Consumers (2011). *Index Calculations*. Ann Arbor: University of Michigan. <http://www.sca.isr.umich.edu/documents.php?c=i> (hentet 03.04.11).
- TNS Gallup (2011). *Om Norsk Trendindikator*. Oslo: TNS Gallup. <http://www.tns-gallup.no/?aid=9080115> (hentet 14.04.11).
- Wärneryd, Karl-Erik (1982). The life and work of George Katona. *Journal of Economic Psychology*, Elsevier, vol. 2(1):1–31.


HØGSKOLEN I GJØVIK

## PROFESSOR/ FØRSTEAMANUENSIS

## FØRSTEAMANUENSIS/ FØRSTELEKTOR

To 100% faste stillinger innen:

### BRUKERSENTRERT MEDIEDESIGN

ved Medieteknologilaboratoriet  
ved Høgskolen i Gjøvik.

For fullstendig utlysningstekst se: [www.hig.no](http://www.hig.no)  
under «ledige stillinger».

**Søknadsfrist: 1. juli 2011.**