

FEITEN & OMSTANDIGHEDEN



STEEDS VAKER EN STEEDS VERDER OP VAKANTIE

In 2007 brachten Nederlanders 22,4 miljoen lange vakanties door. Dat is driemaal zoveel als in 1969. In vergelijking met 1969 gaan Nederlanders vaker op vakantie, vaker naar het buitenland en bovendien steeds verder weg.

Het aantal lange binnenlandse vakanties was in 1969 veel hoger dan het aantal buitenlandse vakanties, 4,1 miljoen tegen 3,0 miljoen. In 2007 is het aantal binnenlandse vakanties (8,5 miljoen) aanmerkelijk lager dan het aantal buitenlandse vakanties (13,9 miljoen).

In de zomer is het aantal lange vakanties tweemaal zo hoog als in de winter. Lange binnenlandse vakanties duren gemiddeld 9,9 dagen, lange buitenlandse vakanties 12,9 dagen.

Veel Nederlanders houden vakantie in Frankrijk, maar de populariteit van dit vakantiegebied neemt de laatste jaren wat af. Duitsland is als vakantiegebied in opkomst. De sterk toegenomen populariteit van Turkije als vakantiegebied tussen 1999 en 2005 lijkt slechts van korte duur te zijn geweest. Sinds 2005 neemt het aantal Nederlanders dat naar dit land op vakantie gaat met rasse schreden af.

Bron: CBS



ZUINIGE HOUDING NEDERLANDERS LOONT IN DE LIEFDE

De zuinige aard van de Nederlander zorgt voor een stabielere relatie. Uit internationaal onderzoek van PayPal, uitgevoerd door Ipsos, blijkt dat Nederlandse koppels het minst uit elkaar gaan wegens geldkwesties.

Precies 7000 volwassenen uit 7 landen over de hele wereld werden aan de tand gevoeld over geld en de liefde. Hoewel bleek dat Nederlanders het minste geld uitgeven aan cadeautjes voor Valentijnsdag, is er wel degelijk ook een positieve kant aan de Nederlandse zuinigheid. Van alle nationaliteiten hebben Nederlandse geliefden namelijk het minst vaak ruzie over geld, slechts 13% van de Nederlandse stellen. Bovendien zijn de Nederlanders het meest tevreden over hun financiële situatie: niet minder dan 85% van de ondervraagden zegt niets te klagen te hebben.

Zelfs de economische crisis lijkt weinig roet in het eten te gooien: ruim 90% van de Nederlandse respondenten geeft aan geen last te hebben van de recessie. Nederlandse stellen blijken hiermee het minst getroffen van alle ondervraagde stellen.



RECESSIE RAAKT SCHOOLREISJES NIET

De meeste scholen zijn de eerste maanden van 2009 traditiegetrouw in de weer om hun jaarlijkse schoolreisje met de leerlingen te plannen. De recessie doet daar niets aan af, zo blijkt uit onderzoek onder 100 scholen in het basis- en voortgezet onderwijs. Het onderzoek is uitgevoerd door het onafhankelijke internetplatform Schoolreisjes.nl.

Gemiddeld zijn scholen van plan bij hun schoolreisjes 21 euro per leerling te besteden. Bij meerdaagse reisjes voor groep 7/8 verwachten ze gemiddeld op 60 euro uit te komen. Op de vraag of de school rekening houdt met een eventueel verminderde koopkracht van de ouders, antwoordt 83% de ouders met een laag inkomen iets meer te ontzien.

Tot de populaire bestemmingen behoren nog altijd diertuinen, attractieparken of grotere speeltuinen, maar ook bestemmingen met een educatief of sportief karakter scoren zeer hoog. De combinatie 'actief en leerzaam' geniet bij 44% van de scholen de voorkeur.

JONGEREN VOELEN ZICH EENZAMER DAN OUDEREN

Ouderen voelen zich minder eenzaam dan jongeren. Mannen hebben dat gevoel minder dan vrouwen. En slechts een kleine 20% van de Nederlanders is bereid eraan bij te dragen dat de eenzaamheid in de Nederlandse samenleving kleiner wordt.

Dat zijn enkele resultaten van een onderzoek van TNS/NIPO in opdracht van de Coalitie Erbij. In die coalitie hebben zich dertien grote maat-

schappelijke organisaties verenigd, die samen de eenzaamheid in de Nederlandse samenleving willen aanpakken. De Zonnebloem, het Rode Kruis, Humanitas, het Leger des Heils, de Raad van Kerken en de CG-raad (voor chronisch zieken en gehandicapten) zijn aangesloten bij het samenwerkingsverband. Uit het onderzoek blijkt dat 30% van de Nederlandse volwassenen zich eenzaam voelt.

Bron: *Nederlands Dagblad*





NIEUWE TREND: E-COCOONING

Ruim twee miljoen Nederlandse vrouwen (25%) maken zich ernstige zorgen over de economische crisis. Eén op de 10 vrouwen vreest voor haar baan en één op de drie verwacht financieel in de problemen te kunnen komen. Dit blijkt uit een onderzoek onder 550 Nederlandse vrouwen, uitgevoerd door SSI.

Ongeveer 9% van de Nederlandse vrouwen heeft nieuwe, voordeliger contracten afgesloten voor telefonie, energie of verzekeringen. Maar veel vrouwen voelen zich genoodzaakt ook veranderingen aan te brengen in hun vrijetijdsbesteding. Zo blijft 42% van de respondenten bewust vaker thuis om minder geld uit te geven.

Het onderzoek laat zien dat er meer tijd wordt besteed aan traditionele thuisactiviteiten zoals lezen en tv-kijken. Daarnaast worden de online activiteiten steeds populairder. Thuis blijven dus, maar wel online, ofwel: 'e-Cocooning'.

De populairste online activiteit is surfen op internet (45%), gevolgd door het online spelen van spelletjes (43%).

De top vijf van de thuisactiviteiten: 1. lezen (69%), 2. tv-kijken (68%), 3. surfen op internet (45%), 4. online spelletjes spelen (43%), 5. handwerken (breien, borduren, etc.) (21%).



MENSEN VERTROUWEN VRIENDEN, KENNISSEN EN COLLEGA'S

Mensen hebben het meest vertrouwen in elkaar: vrienden, kennissen en collega's worden als de meest geloofwaardige bron van informatie gezien. Lokale beroemdheden en politici scoren het laagst. Daarnaast is internet het belangrijkste en betrouwbaarste medium geworden om informatie te vinden en te verspreiden. Dit blijkt uit een marktonderzoek uitgevoerd door InSites Consulting in België, Nederland en het Verenigd Koninkrijk.

Na vrienden, kennissen en collega's komen, wat betreft betrouwbaarheid dokters en specialisten. Pas daarna komen academici, werknemers van bedrijven en financiële analisten. Helemaal achteraan in het rijtje staan lokale beroemdheden, politici en internationale sterren. Slecht 4 tot 7% vindt deze groepen betrouwbare bronnen van informatie. Opvallend is ook dat slechts 11% sportpersoonlijkheden als geloofwaardig evalueert.

Meer dan de helft van de mensen (58%) vindt internet de meest betrouwbare bron van informatie. Op de tweede en derde plaats vinden we kranten (17%) en televisie (13%). Op het internet leest 7 op de 10 surfers commentaren op websites over producten en merken.



ÉÉN OP DRIE AUTOMOBILISTEN SLAAPT ACHTER HET STUUR

De financiële crisis heeft voor een meerderheid (44%) van de Nederlandse automobilisten een positief effect op het autorijden. Door de dalende brandstofprijzen is het autorijden voor hen goedkoper geworden. Vier op de tien (38%) merkt geen verschil met voor de crisis. Dit blijkt uit de nieuwe editie van Het Nationale Automobilisten Onderzoek van mobiliteitsplatform www.eileen.nl. Opvallend resultaat is ook dat één op de drie automobilisten wel eens (bijna) in slaap is gevallen achter het stuur.

Bumperkleven is, net als vorig jaar, nog steeds de grootste ergernis in het verkeer. Naast bumperklevers blijken ook het rijden met alcohol op en agressief rijgedrag een grote bron van ergernis te zijn. De complete top 10 van ergernissen in het verkeer ziet er als volgt uit:

1. Bumperkleven
2. Rijden met alcohol op
3. Agressief rijgedrag
4. Onnodig links rijden
5. Geen richting aangeven
6. Op het laatste moment ritsen
7. Zondagrijders
8. Te hard rijden
9. Dremfels
10. Snelheidscontroles/flitsers

Bijna 15% van de automobilisten heeft in het verkeer wel eens met geweld te maken gehad. In de meeste gevallen werd hierbij de auto beschadigd. Maar ook werd er verbaal geweld gebruikt, bedreigd, afgesneden en gespuugd. Agressie in het verkeer kan volgens de automobilist zelf het beste worden aangepakt door een puntenrijbewijs in te voeren (42%), hogere boetes uit te delen (38%) of goed rijgedrag te belonen (34%).



1 OP 10 ZIET HUIDIGE WERK ALS PERFECTE BAAN

Slechts één op de tien werknemers in Europa en Verenigde Staten heeft - volgens eigen zeggen - de perfecte baan, terwijl 15% niet eens gelooft dat hun perfecte baan bestaat. Dat blijkt uit een internationaal onderzoek van Monsterboard, onder bijna 50.000 werknemers in Europa en de Verenigde Staten die de website bezochten. 73% hoopt de perfecte baan wel te krijgen of te vinden in de toekomst.

Werknemers zijn dus niet zo positief gestemd over de huidige baan, maar toch is de Nederlandse werknemer niet erg pessimistisch. De Nederlandse werknemers zijn wat dat betreft gelijk aan die in Engeland, België en Duitsland. Spaanse werknemers zijn het meest pessimistisch over hun loopbaan (3%), op de voet gevolgd door Frankrijk, met slechts 6%.

Nederlandse werknemers scoren ook gemiddeld hoger wanneer gevraagd wordt naar de loopbaanvooruitzichten. Ruim 77% koestert de hoop dat de perfecte baan bestaat. Alleen de Spaanse werknemer scoort met 88% hoger, gevolgd door de België en de Verenigde Staten (85 en 75%). Duitse werknemers waren met 31% het meest negatief gestemd over hun loopbaanvooruitzichten.



ZORGEN OVER OVERNAMES VAN ENERGIEREUZEN

De overnames in de energiewereld zijn de Nederlandse bevolking niet ontgaan: bijna 90% is bekend met de mogelijke overnames. Maar liefst twee op de drie Nederlanders maakt zich zorgen over de overnames. Dit blijkt uit onderzoek door Blauw Research onder 1.066 Nederlanders.

Hoewel tweederde van de bevolking negatief is over overnames door buitenlandse partijen, is het merendeel (58%) wel positief over de liberalisatie van de energiemarkt. Opvallend is dat Nederlanders onder de 35 jaar beduidend minder negatief zijn over de overnames, maar nog altijd is 40% van de jonge Nederlanders kritisch.

Nederlanders zijn vooral bezorgd over de controle van de binnenlandse elektriciteitsproductie; 80% verwacht dat Nederland zijn controle hierover gaat verliezen. Ook verwacht 61% dat overnames een negatief effect zullen hebben op het milieu. Nederlanders geven dan ook massaal de voorkeur aan een Nederlandse energieleverancier (79%).



BEKNIBBELEN OP KAPPER EN SCHOONHEIDSSPECIALIST

In 2008 beknibbelden Nederlanders op uitgaven aan kappers en schoonheidssalons. Dit lijkt samen te hangen met het dalende consumentenvertrouwen.

Het omzetvolume in de kappers- en schoonheidsbranche was in 2008 iets lager dan in het jaar ervoor. Klanten bezochten minder vaak kapsalons en schoonheidsinstituten, dan wel waren de behandelingen die ze er genoten minder uitgebreid dan voorheen. Hierdoor liep de omzetgroei van kappers en schoonheidsspecialisten in een jaar tijd met meer dan de helft terug, van ruim 5% in 2007 tot ruim 2% in 2008. De kleine omzetgroei in 2008 was te danken aan de gestegen prijzen.

In de afgelopen vijf jaar nam het aantal kappers en schoonheidssalons met 20% toe. De gemiddelde bedrijfsgrootte is daarentegen afgenomen. Had een meerderheid van de kappers in 2004 nog personeel, in 2008 is in 60% van de kapsalons alleen de eigenaar werkzaam. Schoonheidssalons waren altijd al relatief klein. Het aandeel zelfstandigen zonder personeel steeg tussen 2004 en 2008 licht, van 91 naar 94%.

Bron: CBS