

Met gelijke munt betalen

Wat verwachten consumenten van de euro?

Dr. Y.M. van Everdingen en Prof. Dr. W.F. van Raaij

1 Inleiding

De Europese Monetaire Unie (EMU) is op 1 januari 1999 van start gegaan met elf van de vijftien landen van de Europese Unie (EU), waaronder Nederland. Griekenland is het enige land dat niet aan de vereiste criteria voor deelname heeft kunnen voldoen, terwijl Denemarken, Zweden en het Verenigd Koninkrijk er vrijwillig van hebben afgezien vanaf de start in de EMU te participeren. De elf deelnemende landen ruilen hun vertrouwde valuta in voor één gemeenschappelijke munt, de euro. De waarde van de euro is definitief vastgesteld op 1 januari 1999 en bedraagt afgerond *f* 2,20. Vanaf de start van de EMU bestaat de euro de eerste drie jaar (1999-2002) alleen in het girale betalingsverkeer. Vanaf 1 januari 1999 moeten banken en andere financiële instellingen hun onderlinge betalings- en effectenverkeer in euro's uitvoeren. Ook nieuwe staatsschulden worden in euro's uitgeschreven. Bedrijven kunnen ook omschakelen op de euro, maar zijn dit tot 2002 niet verplicht.

Pas in januari 2002 wordt de chartale euro ingevoerd. Tot uiterlijk 1 juli 2002 mogen de nationale munteenheden en de euro's naast elkaar bestaan, maar vermoedelijk vindt in Nederland de omschakeling veel sneller plaats. Het Nederlandse midden- en kleinbedrijf pleit voor een 'big bang', een omschakeling in één dag, maar de overheid wil ten minste enkele weken uittrekken voor deze conversieoperatie.

Niet alleen voor multinationale ondernemingen en ondernemingen uit het midden- en kleinbedrijf gaat er veel veranderen, maar ook consumenten worden geconfronteerd met allerlei veranderingen. Zo raken consumenten hun

vertrouwde harde gulden kwijt en krijgen daarvoor in de plaats een nieuwe munt met een andere waarde. Salarissen, spaartegoeden, leningen, verzekeringen, hypotheek, (opgebouwde) pensioenen en andere financiële contracten zullen worden omgezet in euro's, terwijl tevens aankopen met euro's moeten worden betaald. Aangezien de euro ruim twee keer zoveel waard is als de gulden zal de consument tijd nodig hebben om een nieuw waardebesef te ontwikkelen en te wennen aan de nieuwe munt. Bovendien maakt de overgang op de euro veel consumenten onzeker. Elk nieuw product, dus ook een nieuw financieel product, brengt onzekerheid met zich mee. Deze onzekerheid kan leiden tot een daling van het consumentenvertrouwen en wijzigingen in het koopgedrag. De omvang van de onzekerheid is uiteraard afhankelijk van de verwachtingen die de consument ten aanzien van de euro heeft, en van het vertrouwen in de toekomst. Deze consumentenverwachtingen en het vertrouwen in de toekomst als gevolg van de invoering van de euro staan centraal in dit artikel.

Het doel van dit artikel is inzicht te geven in de attitude/houding ten opzichte van de euro, alsmede in de micro- en macro-economische verwachtingen van Nederlandse consumenten als gevolg van de introductie van de euro. Gebaseerd op een grootschalig onderzoek onder 762 Nederlanders naar hun houding ten aanzien van de euro geven we een antwoord op de vraag of er segmenten te onderscheiden zijn met positieve,

De auteurs zijn respectievelijk als universitair docent en hoogleraar verbonden aan de Vakgroep Marketing Management van de Faculteit Bedrijfskunde, Erasmus Universiteit Rotterdam.

neutrale en negatieve micro- en macro-economische verwachtingen.

De opzet van het artikel is als volgt. In de volgende paragraaf wordt allereerst ingegaan op het begrip consumentenvertrouwen en de waarde hiervan voor het voorspellen van economisch gedrag. Tevens geven we aan wat we onder macro- en micro-economische verwachtingen verstaan. Paragraaf 3 beschrijft vervolgens de opzet en resultaten van het empirisch onderzoek onder Nederlandse consumenten. Tot slot worden in paragraaf 4 de belangrijkste conclusies samengevat en worden aanbevelingen gedaan aan de overheid en de detailhandel hoe zij kunnen inspelen op de micro- en macro-economische verwachtingen van consumenten.

2 Consumentenverwachtingen

2.1 *Houding ten aanzien van de euro*

Rogers (1995) definieert een innovatie als '... an idea, practice, or object that is perceived as new by an individual or other unit of adoption'. Volgens deze definitie kan de euro worden beschouwd als een innovatie, immers de consument zal nieuwe munten en biljetten in handen krijgen. Deze zien er niet alleen anders uit, maar hebben ook een andere waarde dan de vertrouwde gulden. De euro is echter wel een andere innovatie dan de meeste eerdere innovaties. Consumenten kunnen immers niet vrijwillig kiezen om de euro te gaan gebruiken, maar moeten noodgedwongen de euro gaan gebruiken vanaf het moment dat de Nederlandse gulden geen wettig betaalmiddel meer is. Er is derhalve sprake van een 'forced adoption'. Bij een gedwongen adoptie heeft men in het algemeen een negatievere houding ten aanzien van het nieuwe product dan bij een vrijwillige adoptie (Ram & Jung, 1991). Voor de euro kan dit betekenen dat de consument niet al te positief en wellicht zelfs negatief staat ten opzichte van de euro.

De houding ten aanzien van een nieuw product wordt over het algemeen beïnvloed door verwachte consequenties van het gebruik van het nieuwe product (Gatignon & Robertson, 1985; Rogers, 1995). Aangezien de euro een financieel product is, zullen de verwachte consequenties vooral betrekking hebben op financieel-economische gevolgen van de euro. Hierbij kan een

onderscheid worden gemaakt tussen macro- en micro-economische verwachtingen. Ofschoon macro- en micro-economische verwachtingen een positieve correlatie vertonen, is de absolute hoogte van de verwachtingen niet altijd gelijk. Van Raaij en Gianotten (1990) vonden dat tussen 1974 en 1981 de verwachtingen in Nederland ten aanzien van de eigen situatie (micro) positiever waren dan ten aanzien van de nationale economie (macro). Tussen 1982 en 1988 was dit omgekeerd. Consumenten waren in die periode positiever over de nationale economie dan over hun eigen situatie.

Beide soorten verwachtingen maken deel uit van de 'Index van het Consumentenvertrouwen' (ICV), een indicator voor het optimisme/pessimisme van consumenten en een voorspeller van het financiële gedrag van de consument, zoals de hoogte van de bestedingen en het spaar- en leengedrag (Katona, 1975; Van Raaij en Gianotten, 1990). Het consumentenvertrouwen beïnvloedt vooral de discretionaire bestedingen (bestedingen aan niet-noodzakelijke goederen en diensten, zoals de vervanging van de auto of een vakantiereis), het consumentenkrediet en de discretionaire besparingen (niet-contractueel vastgelegde besparingen). Bij overwegend pessimisme wordt er minder geld besteed, minder geleend en meer gespaard. Veel discretionaire aankopen worden dan uit- of afgesteld.

Samenvattend kunnen we stellen dat de euro een gedwongen adoptie is. Dit leidt in het algemeen tot een negatievere attitude dan een vrijwillige adoptie. Bij een negatieve attitude zullen consumenten terughoudend zijn bij hun bestedingen en het aangaan van kredieten en zullen ze meer sparen. Dit heeft grote gevolgen voor de Nederlandse economie gedurende de conversieperiode en misschien ook daarna.

2.2 *Macro-economische verwachtingen*

Macro-economische verwachtingen verwijzen naar de verwachte consequenties van de euro voor de nationale economie. Met andere woorden: in hoeverre verwachten Nederlanders wijzigingen in inflatie, economische groei, werkgelegenheid en andere economische gevolgen van de invoering van de euro?

Een van de belangrijkste doelen van de gemeenschappelijke Europese munt is het terug-

dringen van de prijsinstabiliteit en het beteugelen van de inflatie (Crawford, 1993). In de periode 1970-1990 is het prijsniveau in de Europese Unie jaarlijks gestegen met een gemiddeld inflatiepercentage van 8,2% per jaar (Britton & Mayes, 1992). Volgens Emerson & Huhne (1991) hebben industrielanden met een hoge inflatie gemiddeld meer werkloosheid en een lager inkomen per hoofd van de bevolking dan landen met een lage inflatie. Landen met een hoge inflatie hebben ook vaak een instabiele groei. Nederland heeft echter een lage en vrij constante inflatie gekend, nu zo'n 2%. Ook de meeste andere Europese landen hebben momenteel zo'n lage inflatie dat zelfs deflatie (prijsdaling) dreigt. Dit kan ertoe leiden dat Nederlandse consumenten door de komst van de euro een lichte stijging van de inflatie verwachten.

Naast beteugeling van de inflatie noemt de Europese Commissie economische groei en als gevolg daarvan een toename van de werkgelegenheid als belangrijke voordelen van de EMU. De meningen van economen zijn hierover echter verdeeld. Aan de ene kant geven Emerson & Huhne (1991) aan dat de EMU niet slechts een eenmalige welvaartsstijging tot gevolg zal hebben, maar jaarlijks een hogere economische groei teweeg kan brengen. Aan de andere kant is De Grauwe (1992) van mening dat de additionele economische groei als gevolg van de monetaire eenheid niet overschat moet worden, aangezien er noch theoretische noch empirische evidentie is dat economische groei zich daadwerkelijk zal voordoen.

Samenvattend kunnen we stellen dat Nederlanders als gevolg van de euro waarschijnlijk een lichte stijging van de inflatie en een geringe toename van de economische groei en de werkgelegenheid verwachten. In het onderzoek zijn vragen opgenomen (zie bijlage 1, pagina 555) om de verwachtingen van respondenten hieromtrent te meten.

2.3 *Micro-economische verwachtingen*

Nederlanders zullen niet alleen verwachtingen hebben ten aanzien van de nationale economie na de invoering van de euro, maar ook ten aanzien van hun persoonlijke financiële situatie. Men verwacht wellicht een wijziging in inkomens, spaar- en overige tegoeden en in verplichtingen,

zoals hypotheeken, en de kosten van levensonderhoud. Uiteraard speelt ook de zekerheid over het behoud van werk een belangrijke rol bij de inschatting van de toekomstige financiële situatie.

De inkomens, spaartegoeden, prijzen van producten en andere bedragen in guldens worden volgens een vaste koers omgezet in euro's. Niet iedereen zal even gemakkelijk met de nieuwe munt omgaan. In Frankrijk bleek dat bij de overgang van de oude op de nieuwe franc ruim 25 jaar geleden, vooral de ouderen de omschakeling moeilijk vonden en gedurende lange tijd alle bedragen eerst gingen terugrekenen naar de oude franc. Ook bij de conversie in het Verenigd Koninkrijk naar het decimale stelsel hadden veel personen moeite om in de nieuwe waarde te gaan denken. Dit leidt tot de verwachting dat ook bij de euro vooral de ouderen de omschakeling moeilijk zullen vinden.

Het feit dat de euro en de gulden niet evenveel waard zijn, betekent dat consumenten een nieuw waardebesef moeten ontwikkelen. Consumenten hebben daarom niet onmiddellijk een goed inzicht in bijvoorbeeld de waarde van hun inkomen in euro's. Psychologisch gezien lijkt het inkomen lager, omdat het nominale bedrag van het inkomen in euro's ruim twee keer zo laag is. Dit zou kunnen leiden tot terughoudendheid om het inkomen te besteden. Maar de prijzen in de winkels lijken ook lager. Dit zou kunnen leiden tot juist meer aankopen.

De exacte omrekening van guldens naar euro's betekent dat de inkomens en prijzen in principe niet veranderen en dat men derhalve een gelijkblijvende financiële situatie kan verwachten. Op de lange termijn ligt de situatie anders. Door de overgang op euro's verdwijnen de huidige psychologische prijzen: f 49,95 wordt bijvoorbeeld 22,70 euro. Het is zeer waarschijnlijk dat detaillisten in de loop van de tijd weer psychologische prijzen gaan gebruiken, waarbij het voor de hand ligt dat naar boven wordt afgerond. Een prijs van 22,70 euro zou bijvoorbeeld 22,95 of zelfs 24,95 euro kunnen worden. Dit betekent dat producten en diensten voor consumenten toch duurder worden.

Daarnaast kan er onzekerheid bestaan over de hardheid van de euro in vergelijking met de huidige gulden. De Nederlandse gulden is een sterke, stabiele munt die al lange tijd aan de

Duitse mark is gekoppeld (Emerson & Huhne, 1991). Deze munt wordt ingeruild voor de euro waarvan de waarde mede afhankelijk is van de, als minder sterk aangemerkte, economieën van de Zuid-Europese landen. Als gevolg hiervan verwachten Nederlanders wellicht dat de euro een minder sterke munt wordt dan de vertrouwde en harde gulden en dat men er dus financieel op achteruit gaat.

Hier staat tegenover dat een gemeenschappelijke munt leidt tot eliminatie van de transactiekosten. Dit heeft zowel een direct als indirect effect voor consumenten. Het directe effect betreft het voordeel bij een buitenlandse reis binnen het EMU-gebied. In elf landen kun je vanaf 2002 met 'gelijke munt' terecht, wat betekent dat er geen geld meer gewisseld hoeft te worden en dat de transactiekosten voor het wisselen vervallen.

Er is ook een indirect effect, omdat het voor ondernemingen moeilijker wordt om prijsverschillen voor hetzelfde product in Europa te handhaven. Er blijven nog wel redenen voor prijsverschillen bestaan, zoals BTW-verschillen en de hoogte van de omzet en efficiëntie van de distributie in een bepaald land. Maar 'euroland' wordt, ook door het Internet, transparanter (De Grauwe, 1992). Dit betekent dat inkoopcentrales en individuele bedrijven internationale prijzen gemakkelijk met elkaar kunnen vergelijken. Ze zullen streven naar Europese eenheidsprijzen, waarbij de laagste prijs als referentieprijs gaat gelden (prijsnivellering). Ze kunnen derhalve goedkoper inkopen en aan de consument een lagere prijs vragen. Daarnaast zullen internationale groothandels de prijsverschillen gaan gebruiken voor parallelhandel. Ook consumenten kunnen de prijzen actiever gaan vergelijken en eventueel in andere landen hun producten aanschaffen (Bijlsma, 1998). Kortom, de invoering van de euro zou op de langere termijn kunnen leiden tot een lager prijsniveau in euroland, wat uiteraard gunstig is voor de consument.

Hiertegenover staat dat bedrijven meer productdifferentiatie zullen gaan toepassen om de bestaande prijsverschillen te rechtvaardigen. Door productdifferentiatie worden markten minder transparant en wordt prijsnivellering geremd. Voor gedifferentieerde producten en diensten ontstaat dan geen lager prijsniveau in euroland.

Samenvattend betekent dit dat consumenten voor de euro een nieuw waardebesef moeten ontwikkelen en aanpassingsproblemen kunnen hebben, temeer daar de toekomstige waarde van de euro in de ogen van de consument onzeker is. Anderzijds kunnen consumenten profiteren van meer prijstransparantie voor sommige goederen en diensten, met als gevolg prijsnivellering en een lagere consumentenprijs. Voor gedifferentieerde producten en diensten, daarentegen, zullen de prijzen niet lager worden.

In het onderzoek zijn vragen opgenomen (zie bijlage 1, pagina 555) om de verwachtingen van respondenten te meten ten aanzien van de verwachte prijzen, de hoogte van de spaargelden en de hoogte van het inkomen.

3 Empirisch onderzoek

3.1 Gegevensverzameling

Het onderzoek zoals we dat hier beschrijven maakt deel uit van een grootschalig internationaal onderzoek dat heeft plaatsgevonden in de periode juni-augustus 1997. Het doel van dit onderzoek was de houding van de Europese volwassen burgers ten aanzien van de euro te meten en te verklaren op basis van psychologische en economische concepten, waaronder de micro- en macro-economische verwachtingen. Zie voor de resultaten van het internationale onderzoek Müller-Peters et al., 1998. Ofschoon het onderzoek is uitgevoerd in alle vijftien landen van de Europese Unie, kortom de mogelijke kandidaten voor deelname aan de EMU, beperken wij ons hier tot de resultaten van de Nederlandse steekproef, met enkele verwijzingen naar de internationale resultaten.

De Nederlandse gegevens zijn verzameld met behulp van schriftelijke vragenlijsten. Er zijn 3.000 vragenlijsten verstuurd naar aselect geselecteerde personen die zijn opgenomen in het Nederlandse telefoonboek. Er zijn in totaal 762 bruikbare vragenlijsten geretourneerd; dit is een respons van 25,4 procent.

De steekproef bevat 551 mannen en 207 vrouwen (vier personen hebben geen geslacht ingevuld). Mannen zijn dus duidelijk oververtegenwoordigd. Dit komt doordat mannen vaker vermeld staan in het telefoonboek dan vrouwen. Er zijn echter voldoende vrouwelijke responden-

ten om een betrouwbaar beeld van zowel mannen als vrouwen te schetsen. De gemiddelde leeftijd van de respondenten bedraagt 48 jaar. Vergeleken met CBS-cijfers over de nationale populatie zijn de jongeren (0-19 jaar) ondervertegenwoordigd. Ten slotte kan worden opgemerkt dat de steekproef bestaat uit personen met verschillende opleidings- en inkomensniveaus.

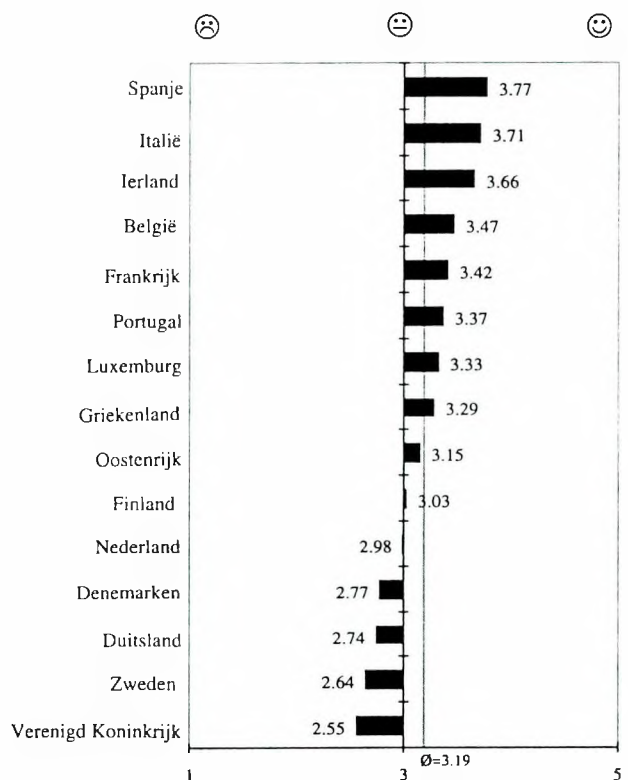
De socio-demografische kenmerken van de respondenten – dat wil zeggen geslacht, leeftijd, opleiding en inkomen – worden gebruikt als segmentatievariabelen. Met andere woorden, er wordt gekeken in hoeverre de houding ten aanzien van de euro en de micro- en macro-economische verwachtingen verschilt voor deze socio-demografische kenmerken. Bij leeftijd onderscheiden we vier groepen: 15-30, 31-45, 46-60 en 60+. Aangezien opleiding en inkomen sterk met elkaar blijken te correleren, gebruiken we een index voor sociaal-economische status, gebaseerd op de antwoorden met betrekking tot opleiding en inkomen. De index loopt van 1 tot 3, waarbij 1 naar een laag, 2 naar een gemiddeld en 3 naar een hoog inkomens- en opleidingsniveau verwijst.

3.2 Resultaten: houding ten aanzien van de euro

De attitude ten aanzien van de euro is gemeten met behulp van zes vijfpuntsschalen. De respondent werd gevraagd om aan te geven in hoeverre hij de gemeenschappelijke munt zinloos/zinvol en slecht/goed vindt, in hoeverre hij de invoering van de euro als onzeker/zeker en onbeheersbaar/beheersbaar beschouwt en hoe hij zich erbij voelt: bezorgd/rustig en gespannen/ontspannen. Daarnaast is nog een zevende item opgenomen met de concrete vraag of hij ervoor of er tegen is dat de Europese Unie, inclusief Nederland, één Europese munt heeft (zie bijlage 1 op pagina 555). Een factoranalyse met varimaxrotatie op deze zeven items leverde één factor op met een verklaarde variantie van 69,6% en een hoge betrouwbaarheid (Cronbach's $\alpha = .95$).

De gemiddelde score op deze factor is 2,98 (vrijwel in het midden van een vijfpuntsschaal), wat betekent dat de respondenten gemiddeld een neutrale houding ten aanzien van de euro hebben. Als we de houding van de Nederlanders vergelijken met de houding van de andere Europeanen, blijkt Nederland zich bij de negatieve landen te

bevinden. Alleen Duitsland en de landen die op vrijwillige basis nog niet deelnemen aan de EMU (Denemarken, Zweden en het Verenigd Koninkrijk), scoren lager, terwijl ook de Finnen neutraal zijn. Daarentegen hebben de Spanjaarden en Italianen de meest positieve houding met een gemiddelde score van 3,77, respectievelijk 3,71. Dit zijn landen met een relatief zwakke munt, die waarschijnlijk verwachten te profiteren van de EMU. Er is dus een duidelijke noord-zuidtegenstelling in de attitude ten aanzien van de euro. De Zuid-Europese landen verwachten erop vooruit te gaan, terwijl de noordelijke landen zelfs verwachten erop achteruit te gaan. Zie figuur 1 voor een vergelijking van de attitudes in de vijftien EU-landen.



Bron: A. Müller-Peter, R. Pepermans en G. Kiell, 1998.

Figuur 1: Attitudes ten opzichte van de euro in 15 Europese landen (leden van de Europese Unie)

Nederlandse respondenten zijn van mening dat landen met een zwakke munt significant meer zullen profiteren dan landen met een sterke munt, zoals Nederland en Duitsland. Op de vraag in welke mate landen met een zwakke dan wel een sterke munt zullen profiteren van de euro (1 = helemaal niet, ..., 5 = heel veel), geeft ongeveer 70%

van de respondenten aan dat landen met een zwakke munt veel zullen profiteren (gemiddelde score = 3,66) en landen met een sterke munt (zeer) weinig zullen profiteren (gemiddelde score = 2,76). Een paarsgewijze t-test laat zien dat dit verschil significant is ($t = -11,50$, d.f. = 650, $p = .00$). Kortom, ervan uitgaande dat de Nederlander de gulden als een sterke munt beschouwt, kan worden gesteld dat de Nederlander verwacht niet veel te profiteren van de euro.

Om te bepalen of geslacht, leeftijd en sociaal-economische status invloed hebben op de houding ten aanzien van de euro zijn drie variantieanalyses uitgevoerd. De resultaten van deze analyses geven aan dat de houding niet varieert met de leeftijd, maar wel met geslacht en sociaal-economische status. Er zijn geen interactie-effecten gevonden tussen leeftijd, geslacht en sociaal-economische status. Vrouwen blijken significant negatiever te zijn dan mannen (gemiddelde score is 2,75 versus 3,06; $F = 11,39$, d.f. = 1, $p = .00$). Dit geldt in extreme mate voor de vrouwen boven de 60 jaar. Alhoewel er in de variantieanalyse geen leeftijds-effect is gevonden en ook geen interactie-effect tussen leeftijd en geslacht, blijkt na nadere analyse (met een t-test) dat vrouwen boven de 60 jaar slechts een gemiddelde score van 2,34 hebben ten opzichte van gemiddeld 2,83 voor vrouwen jonger dan 60 jaar ($t = 2,23$, $p = .03$).

De resultaten van de variantieanalyses tonen ook dat de houding van personen met een hoger inkomen en hogere opleiding significant afwijkt van de houding van personen met een lager inkomen en een lagere opleiding ($F = 10,71$, d.f. = 4, $p = .00$). Deze laatste groep heeft een licht negatieve houding, terwijl de groep hoger opgeleiden enigszins positief is.

Samengevat kan men stellen dat mannen positiever tegenover de euro staan dan vrouwen en dat men positiever is naarmate men hoger opgeleid is en een hoger inkomen heeft. Leeftijd speelt alleen bij vrouwen een rol, waarbij onderscheid dient te worden gemaakt tussen vrouwen onder en boven de 60 jaar. Met name deze laatste groep is tamelijk negatief.

3.3 Resultaten: macro-economische verwachtingen

Er is gevraagd in welke mate de euro invloed zal uitoefenen op de hoogte van de werkloosheid,

de inflatie en de economische groei in Nederland (1 = neemt sterk af, ..., 5 = neemt sterk toe). Daarnaast is gevraagd of de respondent denkt dat Nederland in algemene zin zal 'profiteren' of zal moeten 'inleveren' als gevolg van de introductie van de gemeenschappelijke munt (zie bijlage 1 op pagina 555).

Tabel 1 toont de gemiddelde scores op de macro-economische verwachtingen en laat zien dat men geen daling, maar eerder een lichte stijging van de werkloosheid en de mate van inflatie verwacht, terwijl ook de economische groei volgens de respondenten geen positieve impuls krijgt. Tevens denkt men dat Nederland eerder zal moeten inleveren dan zal kunnen profiteren van de euro. De antwoorden blijken overigens significant te variëren met de sociaal-economische status van de respondenten. Met name de groep met de hoogste inkomens en opleidingen blijkt significant positiever te zijn. Deze groep verwacht minder te hoeven inleveren dan de groepen met een lagere sociaal-economische status.

Leeftijd en geslacht blijken geen rol te spelen bij het vormen van de macro-economische verwachtingen. Alleen bij de algemene vraag of Nederland al dan niet zal profiteren is een significant verschil tussen mannen en vrouwen waargenomen, waarbij vrouwen negatievere verwachtingen hebben dan mannen.

Samengevat kunnen we stellen dat Nederlanders geen al te rooskleurige verwachtingen hebben ten aanzien van de nationale economie na invoering van de euro. Men verwacht een lichte stijging van de werkloosheid en de inflatie en geen economische groei.

3.4 Resultaten: micro-economische verwachtingen

Omdat we verwachtten dat de conversie voor sommige personen moeilijker zal zijn dan voor anderen, hebben we de respondenten in eerste instantie gevraagd om aan te geven hoe moeilijk men denkt dat het is om zich aan te passen aan de nieuwe munt (1 = zeer moeilijk, ..., 5 = zeer gemakkelijk). Voorts hebben we gevraagd in hoeverre men het eens dan wel oneens was met de stellingen 'het is onzeker hoe de waarde van de euro zal veranderen na haar invoering' en 'met een gemeenschappelijke munt zullen we beter in staat zijn om

Tabel 1: Macro-economische verwachtingen: resultaten van variantieanalyses

<i>Gemiddelde score</i>	<i>Hoogte werkloosheid^a</i>	<i>Mate van inflatie^a</i>	<i>Economische groei^a</i>	<i>Nederland: inleveren of profiteren^b</i>
Totale steekproef	3.23	3.59	2.99	2.45
Geslacht				
Man	3.24	3.60	3.00	2.49
Vrouw	3.22	3.57	2.96	2.32
Significantie	n.s.	n.s.	n.s.	.03
Leeftijd				
15-30	3.22	3.58	3.06	2.43
31-45	3.23	3.56	3.00	2.44
46-60	3.23	3.60	2.95	2.45
60+	3.24	3.61	3.02	2.47
Significantie	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Sociaal-economische status				
laag	3.30	3.49	2.92	2.22
gemiddeld	3.22	3.59	2.99	2.47
hoog	3.12	3.70	3.13	2.77
Significantie	n.s.	n.s.	n.s.	.00

a: 1 = neemt sterk af, ..., 5 = neemt sterk toe; b: 1 = heel veel inleveren, ..., 5 = heel veel profiteren; n.s. = niet significant.

Tabel 2: Micro-economische verwachtingen: resultaten van variantieanalyses

<i>Gemiddelde score</i>	<i>Complexiteit</i>	<i>Waarde euro na invoering onzeker^a</i>	<i>Prijs-transparantie^b</i>	<i>Prijzen goederen^c</i>	<i>Waarde spaargeld^d</i>	<i>Hoogte inkomen^d</i>
Totale steekproef	3.53	3.89	3.79	2.51	2.50	2.77
Geslacht						
Man	3.58	3.91	3.80	2.53	2.49	2.77
Vrouw	3.39	3.84	3.77	2.46	2.52	2.76
Significantie	.03	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.	n.s.
Leeftijd						
15-30	3.49	3.97	4.00	2.60	2.65	2.84
31-45	3.62	3.88	3.75	2.57	2.49	2.83
46-60	3.62	3.88	3.74	2.50	2.50	2.74
60+	3.28	3.85	3.79	2.39	2.42	2.67
Significantie	.01	n.s.	.06	n.s.	n.s.	.05
Sociaal-economische status						
laag	3.07	3.94	3.67	2.26	2.25	2.61
gemiddeld	3.63	3.88	3.84	2.58	2.58	2.82
hoog	4.10	3.84	3.98	2.76	2.62	2.88
Significantie	.00	n.s.	.02	.00	.00	.00

a: 1 = zeer moeilijk, ..., 5 = zeer gemakkelijk; b: 1 = zeer oneens, ..., 5 = zeer eens; c: 1 = veel duurder, ..., 5 = veel minder duur; d: 1 = sterk verminderen, ..., 5 = sterk vermeerderen; n.s. = niet significant.

prijzen in de verschillende Europese landen te vergelijken` (1 = sterk oneens, 5 = sterk eens). Ten slotte hebben we concreet gevraagd naar hun verwachtingen ten aanzien van de prijzen van de goederen (1 = veel duurder, ... 5 = veel goedkoper) en de waarde van het spaargeld en het inkomen (1 = sterk verminderen, 5 = sterk vermeerderen). Zie bijlage 1 op pagina 555.

Tabel 2 (pagina 551) geeft de gemiddelde scores op de micro-economische verwachtingen voor de totale steekproef alsmede uitgesplitst naar geslacht, leeftijd en sociaal-economische status. Tevens is aangegeven of en in hoeverre de verschillen per geslacht, leeftijds- en statusgroep significant zijn, gebaseerd op variantieanalyses. Hierbij moet worden opgemerkt dat er geen significante interactie-effecten zijn gevonden.

Gemiddeld genomen blijken Nederlanders het niet moeilijk, maar ook niet makkelijk te vinden om zich aan te passen aan de nieuwe munt. Alleen de groep met een hoge tot zeer hoge sociaal-economische status blijkt de overgang (zeer) makkelijk te vinden. Daar staat tegenover dat vrouwen meer moeilijkheden verwachten dan mannen, terwijl ook 60'-ers meer aanpassingsproblemen verwachten. Met name de vrouwen boven de 60 jaar verwachten het enigszins moeilijk te vinden (gemiddelde score 2,89). Deze groep verdient derhalve extra aandacht bij de voorlichting over de nieuwe munt.

In paragraaf 2.3 hebben we aangegeven dat men onzeker kan zijn over de waarde van de euro en daarmee over de waarde van de spaartegoeden en het inkomen na de invoering. Het blijkt dat maar liefst 77% van de respondenten het eens of zeer sterk eens is met de stelling dat de waarde van de euro na invoering ervan onzeker is (gemiddelde score = 3,89). Bovendien blijkt het antwoord op deze vraag significant negatief te correleren met de antwoorden op de verwachtingen ten aanzien van prijzen, spaargeld en inkomen (correlaties zijn respectievelijk -.30, -.35 en -.30, alledrie significant $p < .01$). Naarmate men onzekerder is over de toekomstige waarde van de euro, heeft men negatievere verwachtingen ten aanzien van de hoogte van de prijzen en de waarde van het spaargeld en het inkomen.

Overigens blijken veel respondenten geen idee te hebben van de waarde van de euro op het moment van invoering ervan. De vraag of men wist hoeveel gulden de euro ongeveer

waard zal zijn, heeft ruim een kwart van de respondenten niet beantwoord. De gegeven antwoorden liepen uiteen van 30 cent tot f 4,-, met een gemiddelde van f 2,-. Opvallend is dat slechts 16,3% van de respondenten een antwoord heeft gegeven dat tussen de f 2,15 en f 2,25 ligt. Overigens zegt een groot deel van de respondenten, namelijk ruim 35%, precies f 2,-, hetgeen waarschijnlijk het gevolg is van het feit dat dit bedrag tot 1 januari 1999 regelmatig in informatiecampagnes is genoemd. Dit is misleidend, want als men werkelijk met een koers van f 2,- de eurobedragen gaat omrekenen naar guldens, zijn de ingeschatte waarden veel te laag.

Met de stelling dat de prijzen in de verschillende Europese landen beter te vergelijken zijn, is men het over het algemeen eens. Desondanks is men van mening dat de goederen na invoering van de euro iets duurder zullen worden. Men verwacht blijkbaar geen positief effect van de vergelijkbaarheid van prijzen in de Europese landen op het algemene prijspeil. Naast de inschatting dat de goederen iets duurder zullen worden, verwacht men ook dat het spaargeld en het inkomen in waarde zullen verminderen. Wat betreft de consequenties voor de persoonlijke financiële situatie heeft men dus gemiddeld genomen enigszins negatieve verwachtingen.

Geslacht en leeftijd spelen hierbij nauwelijks een rol van betekenis. Alleen ten aanzien van de hoogte van het inkomen is men significant minder negatief naarmate men jonger is. Dit is misschien het gevolg van het feit dat jongeren nog aan het begin van hun loopbaan staan en het idee hebben dat men in de jaren die voor hen liggen nog ruimschoots de mogelijkheid hebben om er financieel op vooruit te gaan. In tegenstelling tot geslacht en leeftijd blijkt de sociaal-economische status van de respondenten bepalend te zijn voor de verwachtingen ten aanzien van hun persoonlijke financiën. Ofschoon niemand een positieve ontwikkeling verwacht, is het wel duidelijk dat naarmate men een lagere opleiding heeft en een lager inkomen men een beduidend negatievere verwachting heeft over zijn of haar financiële situatie in de toekomst. Dit kan worden verklaard door het feit dat een daling in het inkomen voor personen die al niet al te veel verdienen, harder aankomt dan voor de hogere inkomensgroep.

Samenvattend kan men stellen dat respondenten in het algemeen negatieve financiële consequenties verwachten van de invoering van de euro en dat deze verwachtingen negatiever zijn naarmate men een lagere sociaal-economische status heeft. Bovendien blijken deze verwachtingen samen te hangen met onzekerheid omtrent de waarde van de euro.

3.5 *Relatie tussen attitude, macro- en micro-economische verwachtingen*

In paragraaf 2.1 is aangegeven dat de attitude afhankelijk is van de macro- en micro-economische verwachtingen ten aanzien van de euro en dat bovendien de macro- en micro-economische verwachtingen worden verondersteld met elkaar te correleren. Om te bepalen in hoeverre dergelijke verbanden bestaan zijn in eerste instantie twee factoranalyses uitgevoerd (met varimaxrotatie) op de items die macro-economische respectievelijk micro-economische verwachtingen meten, met als doel de onderliggende dimensies te extraheren. Zowel de factoranalyse op de macro- als op de micro-items leverde slechts één factor op, waarbij respectievelijk 57,1% en 45,2% van de variantie wordt verklaard. De betrouwbaarheid van deze factoren is acceptabel, met Cronbach's α 's van .74 en .72 voor respectievelijk de macro- en de microfactor. Deze twee factoren zijn vervolgens gebruikt om de correlaties met elkaar en met de attitudeschaal te berekenen. Tabel 3 geeft deze correlaties weer. Uit tabel 3 valt af te leiden dat de attitude een significante positieve correlatie vertoont met de verwachtingen op zowel micro- als macroniveau. Dus positievere verwachtingen gaan samen met een positievere attitude ten aanzien van de euro. De correlatie van attitude met de microverwachtingen is hoger dan met de macroverwachtingen, wat suggereert dat bij het vormen van een attitude de verwachte consequenties voor de persoonlijke financiële situatie een belangrijkere rol spelen dan de consequenties voor de nationale economie (Van Everdingen & Van Raaij, 1998).

Tabel 3: Correlatiematrix

	<i>Macro- verwachtingen</i>	<i>Micro- verwachtingen</i>
Attitude	.60**	.68**
Macroverwachtingen		.63**

** = significant op .01-niveau.

In overeenstemming met resultaten uit eerder onderzoek (Van Raaij & Gianotten, 1990) is tussen de macro- en microverwachtingen een significant, positief verband gevonden. Positieve verwachtingen ten aanzien van de nationale economie gaan dus samen met positieve verwachtingen ten aanzien van de eigen financiële situatie. Overigens zijn de macroverwachtingen significant negatiever dan de microverwachtingen, die gemiddeld genomen neutraal zijn (gemiddelde score 2,66 versus 2,90, $t = -9,90$, d.f. = 437, $p = .00$).

4 **Discussie en implicaties**

Consumenten hebben geen uitgesproken positieve of negatieve attitude ten aanzien van de euro. Ze verwachten dat Nederland minder zal profiteren van de nieuwe munt dan de Zuid-Europese landen. De houding varieert met geslacht en sociaal-economische status. Consumenten met een laag inkomen en een lage opleiding zijn negatiever dan consumenten met een hoge opleiding en een hoog inkomen. Vrouwen, en vooral oudere vrouwen, zijn negatiever dan mannen, zowel ten aanzien van hun aanpassing aan de nieuwe munt als ten aanzien van de macro-economische vooruitzichten. In het algemeen verwacht men een lichte stijging van de inflatie en de werkloosheid, en geen impuls voor de economische groei. Men verwacht dus geen prijsdalingen door de grotere prijstransparantie in euroland. Bovendien zijn consumenten onzeker over de waarde van de nieuwe munt.

4.1 *Implicaties voor de overheid*

De macro-economische resultaten geven aan dat het vertrouwen in de euro nog niet groot is in vergelijking met het huidige vertrouwen in de gulden. Door middel van voorlichting kan het vertrouwen mogelijk verbeterd worden. De economische ontwikkeling van de komende jaren zal door velen nauwlettend gevolgd worden. Consumenten zullen, vaak gesteund door de media, economische tegenslagen al gauw aan de komst van de euro toeschrijven, vooral omdat er vaak geen eenduidige oorzaak van economische verschijnselen is aan te geven. Als de euro niet de werkelijke oorzaak is, heeft voorlichting de taak dit duidelijk over te brengen. Ook de onafhankelijkheid van de Europese Bank is belangrijk om het vertrouwen in de euro op te bouwen en te

versterken. Consumenten moeten niet de indruk krijgen dat de euro een speelbal van politici is.

De euro heeft uiteraard gevolgen voor de prijzen van goederen en diensten. Uit het onderzoek blijkt dat consumenten vrezen dat de inflatie toeneemt en goederen duurder zullen worden. De eerste tijd, bijvoorbeeld gedurende het jaar 2002, waken de overheid en de Consumentenbond ervoor dat er geen 'stille' prijsverhogingen plaatsvinden. Daarna zijn de marktomstandigheden voor veel producten zo veranderd dat sommige prijzen verhoogd en andere verlaagd zullen worden vanwege de grotere prijstransparantie. Het is ook denkbaar dat de prijzen juist vóór 2002 verhoogd zullen worden, omdat in het jaar 2002 vrijwel geen prijsverhogingen zullen worden toegestaan.

4.2 Implicaties voor de detailhandel

De detailhandel heeft een belangrijke taak op het gebied van prijsbeslissingen en communicatie richting klant. Vooral in de winkel worden consumenten vertrouwd gemaakt met de nieuwe munt. De detailhandel zal dus voor een lange periode de producten dubbel moeten prijzen, in guldens en in euro's, op het schap en op de producten zelf. Ook de kassabonnen zullen de prijzen in euro's en in guldens aangeven. Dit brengt echter extra kosten met zich mee en mede hierdoor zijn slechts weinig winkeliers er al mee begonnen.

Het is verstandig al geruime tijd vóór 2002 dubbel te gaan prijzen, zodat de consument de nieuwe prijzen leert kennen. Ook na de invoering van de chartale euro, begin 2002, zullen winkeliers nog enige tijd, bijvoorbeeld het gehele jaar 2002, moeten doorgaan met dubbele prijzen. Vooral gedurende de periode dat met beide munten betaald kan worden, zal de kassa-afhandeling vertraging ondervinden en is de kans op fouten groot. Winkeliers in de grensgebieden met België en Duitsland hebben al ervaring met transacties in twee munten. Hopelijk is het 'pinnen' en 'chippen' in 2002 al zo algemeen geaccepteerd dat veel van dergelijke afrekeningsproblemen voorkomen kunnen worden.

Na 2002 zal er een tendens ontstaan, weg van 'vreemde' prijzen, zoals 3,53 euro, in de richting van psychologische prijzen, zoals 3,95 euro. Deze

hogere prijzen kunnen ook door productdifferentiatie worden bereikt, bijvoorbeeld door een andere kwaliteit of verpakkingsgrootte. Productdifferentiatie is dan de reactie van producenten en retailers om de toegenomen prijstransparantie en prijsnivellering te verminderen.

De detailhandel heeft een belangrijke communicatietaak. Op de schappen en producten, in advertenties en op kassabonnen zullen dubbele prijzen vermeld moeten worden. Dit maakt het voor consumenten mogelijk de prijzen te vergelijken en te zien of er na de conversie geen 'stille' prijsverhogingen plaatsvinden. Winkeliers die dit effectief en eerlijk uitvoeren, kunnen enige klantenvoorkeur en dus marketing'winst' boeken ten koste van collega's die hier minder effectief en eerlijk in zijn.

4.3 Koopgedrag en communicatie

Onzekerheid en gebrek aan vertrouwen in de nieuwe munt kunnen leiden tot uitstel en afstel van discretionaire aankopen door consumenten. Discretionaire aankopen zijn aankopen die niet strikt noodzakelijk zijn, zoals de aanschaf en vervanging van duurzame consumptiegoederen of de aankoop van luxe diensten zoals vakantie-reizen en restaurantbezoek. Ook de hieraan gekoppelde consumentenkredieten zullen dan verminderen. Het is te verwachten dat de omzetten van discretionaire goederen en diensten en consumentenkredieten gedurende de eerste helft van 2002 zullen teruglopen. Als blijkt dat de euro wordt geaccepteerd en het vertrouwen in de euro toeneemt, zullen ook de discretionaire bestedingen zich herstellen. Nader onderzoek hierover is nog niet beschikbaar.

Het is moeilijk om met communicatie in te spelen op dit terughoudende koopgedrag. Er moeten geen 'slapende honden' worden wakker gemaakt en 'self fulfilling prophecies' worden gecreëerd. Hier is ruimte voor onderzoek of en in welke mate de introductie van de euro zal leiden tot vraaguitval, een tijdelijke terughoudendheid in de aanschaf van discretionaire goederen en diensten, een afname van het consumentenkrediet en een toename van het sparen.

LITERATUUR

- Bijlsma, C., (1998), Europees prijsbeleid opnieuw onder de loep, *Tijdschrift voor Marketing*, jrg. 32, september, pp. 50-54.
- Britton, A. en D. Mayes, (1992), *Achieving Monetary Union in Europe*, Londen: Sage.
- Crawford, M., (1993), *One Money for Europe? The Economics and Politics of Maastricht*, Londen: Macmillan.
- Emerson, M. en C. Huhne, (1991), *Eén Europa, Eén Munt: Invloed en Betekenis van de ECU*, Leiden-Antwerpen: Stenfert Kroese.
- Everdingen, Y.M. van en W.F. van Raaij, (1998), The Dutch people and the euro: A structural equations analysis relating national identity and economic expectations to attitude towards the euro, *Journal of Economic Psychology*, jrg. 19, pp. 721-740.
- Gatignon, H. en T.S. Robertson, (1985), A propositional inventory for new diffusion research, *Journal of Consumer Research*, jrg. 11, pp. 849-867.

- Grauwe, P. de, (1992), *The Economics of Monetary Integration*, New York: Oxford University Press.
- Katona, G., (1975), *Psychological Economics*, New York: Elsevier.
- Müller-Peters, A., R. Pepermans en G. Kiell, (1998), *The Psychology of the European Monetary Union: A Cross-national Study of Attitudes towards the Euro*, Keulen-Brussel, januari.
- Müller-Peters, A., et al., (1998), Explaining attitudes towards the euro: Design of a cross-national study, *Journal of Economic Psychology*, jrg. 19, pp. 663-680.
- Raaij, W.F. van en H.J. Gianotten, (1990), Consumer confidence, expenditure, saving, and credit, *Journal of Economic Psychology*, jrg. 11, pp. 269-290.
- Ram, S. en H. Jung, (1991), 'Forced adoption' of innovations in organizations: Consequences and implications, *Journal of Product Innovation Management*, jrg. 8, nr. 2, pp. 117-126.
- Rogers, E.M., (1995), *Diffusion of Innovations*, New York: The Free Press, Macmillan, vierde editie.

Bijlage 1: Overzicht van de gestelde enquêtevragen

ATTITUDE

1. Een gemeenschappelijke Europese munt is...
- | | | | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------|
| Zinvol | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Zinloos |
| Slecht | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Goed |
| Onzekerheid | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Zekerheid |
| Beheersbaar | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Onbeheersbaar |
2. Wanneer ik denk aan een gemeenschappelijke Europese munt dan voel ik mij ...
- | | | | | | | |
|-----------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------|
| Rustig | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bezorgd |
| Gespannen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Ontspannen |
3. Bent u ervoor of ertegen dat de Europese Unie één Europese munt heeft in alle lidstaten, dus ook in Nederland? Dit betekent dat de Nederlandse gulden wordt vervangen door die Europese munt.
- | | | | | | | |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| Zeer sterk voor | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Zeer sterk tegen |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|

MACRO-ECONOMISCHE VERWACHTINGEN

1. Wat voor effect denkt u dat de introductie van een gemeenschappelijke Europese munt op de onderstaande zaken zou hebben?
- Hoogte van werkloosheid in Nederland.
 - Mate van inflatie in Nederland.
 - Economische groei in Nederland (omgekeerde schaal).
- | | | | | | | |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
| Neemt sterk af | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Neemt sterk toe |
|----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|
2. In hoeverre denkt u dat Nederland zal 'profiteren' of zal moeten 'inleveren' als gevolg van de introductie van een gemeenschappelijk Europese munt?
- | | | | | | | |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|
| Heel veel inleveren | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Heel veel profiteren |
|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|

MICRO-ECONOMISCHE VERWACHTINGEN

1. Hoe moeilijk denkt u dat het zal worden om u aan te passen aan de nieuwe munt?
- | | | | | | | |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| Zeer moeilijk | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Zeer gemakkelijk |
|---------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
2. Geef aan in hoeverre u het 'eens' of 'oneens' bent met de volgende stellingen:
- Het is onzeker hoe de waarde van een gemeenschappelijke Europese munt zal veranderen na haar invoering.
 - Met een gemeenschappelijke munt zullen we beter in staat zijn om prijzen in de verschillende Europese landen te vergelijken.
- | | | | | | | |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
| Zeer oneens | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Zeer eens |
|-------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------|
3. Denkt u dat goederen duurder of minder duur zullen worden met de nieuwe munt?
- | | | | | | | |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
| Veel duurder | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Veel minder duur |
|--------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|
4. De waarde van uw spaargeld zal ...
- | | | | | | | |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|
| Sterk verminderen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sterk vermeerderen |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|
5. Uw persoonlijk inkomen zal ...
- | | | | | | | |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|
| Sterk verminderen | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sterk vermeerderen |
|-------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|