



Persbericht

PB01-211
26 september 2001
9.30 uur

Consumentenvertrouwen fors gedaald na aanslagen VS

Het consumentenvertrouwen in Nederland is na de terreuraanslagen in de Verenigde Staten fors gedaald. De vertrouwensindex is na de aanslagen met negen punten gedaald ten opzichte van het reguliere cijfer over september, dat het vertrouwen weergeeft vóór de gebeurtenissen. Dat cijfer duidde nog op een stabiel consumentenvertrouwen in vergelijking met augustus. Dit blijkt uit het Consumenten Conjunctuur Onderzoek van het CBS, dat in verband met de gebeurtenissen extra is uitgebreid. Anderhalve week na de aanslagen is de consument duidelijk pessimistischer over de algemene economische ontwikkelingen. Ook de koopbereidheid van huishoudens is aangetast, met name door somberdere verwachtingen over de eigen financiële situatie. De neiging tot het doen van grote aankopen lijkt evenwel nauwelijks te zijn afgenomen door de terreuraanslagen.

Consument pessimistischer door aanslagen

Het consumentenvertrouwen is ongeveer anderhalve week na de terreuraanslagen van 11 september negen punten lager dan het reguliere septembercijfer van de vertrouwensindex. Het consumentenvertrouwen bestaat uit twee onderdelen: het oordeel over de economie in het algemeen en de koopbereidheid. Beide onderdelen laten een vergelijkbare daling van het vertrouwen zien. Het oordeel over het economische klimaat komt tien punten lager uit, de koopbereidheid neemt acht punten af. In vergelijking met eerdere crisisperioden is vooral de daling van de koopbereidheid opvallend groot.

De lagere koopbereidheid van huishoudens hangt vooral samen met een minder gunstige verwachting over de eigen financiële situatie. De aanslagen lijken desondanks nauwelijks effect gehad te hebben op de mate waarin consumenten de tijd gunstig vinden voor het doen van grote aankopen. Zowel voor als na de aanslagen vindt de consument de tijd daarvoor iets minder gunstig dan in augustus.

CBS-Persdienst

Postbus 4000
2270 JM Voorburg
tel. (070) 337 58 16
fax (070) 337 59 71
E-mail:
persdienst@cbs.nl

Het CBS
is een dienst van
het Ministerie van
Economische Zaken

Het consumentenvertrouwen in eerdere crisisperioden

Op eerdere politiek-militaire crisissituaties reageerde het consumentenvertrouwen eveneens fors. Bij het uitbreken van de Golfcrisis eind 1990 zakte de index in drie maanden tijd met twintig punten. Op eerdere forse koersdalingen op de effectenbeurzen reageerde de consument echter minder heftig. Bij de crash eind 1987 en de koersdalingen begin 2001 daalde het vertrouwen bijvoorbeeld slechts enkele punten. Verder reageert het consumentenvertrouwen meestal sterk op structurele economische ontwikkelingen, zoals duidelijke versnellingen of vertragingen van de economische groei. Zo zakte de index bij het uitbreken van de Aziëcrisis in 1998 in twee maanden tijd met twintig punten. Voorafgaand aan het faillissement van Fokker in 1996 daalde het vertrouwen twaalf punten.

Consequenties voor koopbereidheid meestal kleiner

De schommelingen in het consumentenvertrouwen werden in eerdere crisisperioden grotendeels veroorzaakt door het oordeel van de consument over de economische ontwikkelingen, één van de twee onderdelen van het vertrouwen. De daling van de koopbereidheid, het andere onderdeel, was tijdens crisisperioden meestal kleiner dan die van het oordeel over het economisch klimaat. Bij het uitbreken van de Golfcrisis nam de koopbereidheid twaalf punten af, terwijl het oordeel over de economie in het algemeen meer dan tweeëneenhalf keer zo sterk daalde, namelijk 32 punten. Na de terreuraanslagen in de VS is de koopbereidheid tot nu toe acht punten gedaald en het oordeel over de economie tien punten.

Reguliere cijfer consumentenvertrouwen september stabiel

Het consumentenvertrouwen van september volgens de normale meting is even hoog als in augustus. Het overgrote deel van de antwoorden voor dit onderzoek is verzameld vóór de terroristische aanslagen in de VS. Dit cijfer geeft dus vooral de mening van de consument weer vóór die gebeurtenissen. Deze uitkomst wees op een aanhoudende stabilisatie van het vertrouwen, na een forse daling in de periode december 2000-juni 2001.

Technische toelichting

Het consumentenvertrouwen wordt gemeten in de eerste tien werkdagen van de maand (voor september is dat van 3 t/m 7 en 10 t/m 14 september). Negentig procent van de respons was vóór de aanslagen op 11 september binnen. Daardoor geeft het reguliere cijfer van het consumentenvertrouwen in september nagenoeg de situatie van vóór de aanslagen weer. Om het effect van de aanslagen op het vertrouwen van de consument aan te kunnen geven, heeft het CBS op 20, 21 en 22 september een aanvullende enquête gehouden onder 250 huishoudens. De uitkomsten daarvan geven een indicatie voor het eerste effect van de aanslagen op het vertrouwen. Door de kleinere

omvang van de steekproef zijn de onnauwkeurigheidsmarges groter dan bij het reguliere onderzoek. Een op meer feiten over de economische consequenties gebaseerd oordeel van de consument kan pas bij het consumentenvertrouwen van oktober gegeven worden.

De index van het consumentenvertrouwen geeft aan in hoeverre huishoudens vinden dat het economisch gezien beter of slechter gaat. Het consumentenvertrouwen wordt bepaald op basis van de mening van huishoudens over het algemene economische klimaat en over de eigen koopbereidheid. Maandelijks worden hierover in het Consumenten Conjunctuuronderzoek (CCO) vijf vragen gesteld aan ongeveer duizend personen. Daarnaast bevat het CCO onder andere vragen over de verwachtingen voor de werkloosheid en de inflatie en over het spaargedrag en aankoopplannen van huishoudens.

De ondervraagden kunnen vinden dat het beter gaat (de 'optimisten'), dat het slechter gaat (de 'pessimisten') of dat de situatie gelijk blijft. Als er evenveel optimistische als pessimistische consumenten zijn, heeft de index de waarde nul. Een waarde van tien betekent dat de optimisten een meerderheid van tien procent hebben ten opzichte van de pessimisten.

Twee van de vragen gaan over de economische situatie in het algemeen. Het CBS berekent uit de antwoorden hierop de indicator van het economisch klimaat. De overige drie vragen gaan over de financiële situatie van het eigen huishouden. Daaronder is ook de vraag of de tijd gunstig is voor aankopen van duurzame goederen. De antwoorden op deze drie vragen worden samengevat in de indicator van de koopbereidheid.

Het Consumenten Conjunctuur Onderzoek wordt vanaf mei 2000 medegefinancierd door de Europese Gemeenschap.

Noot voor de redactie

De gegevens in dit persbericht worden verder toegelicht op de persbijeenkomst die om 9.30u plaatsvindt bij het CBS in Voorburg, Pr. Beatrixlaan 428. Voor achtergrondinformatie over de indicator van het consumentenvertrouwen kunt u vanaf ongeveer 11.00u contact opnemen met het Centraal Bureau voor de Statistiek, drs. G. Buiten, tel. (070) 337 47 78. Overige informatie kunt u verkrijgen bij de persdienst van het CBS, tel. (070) 337 58 16.

Tabel 1: Consumentenvertrouwen, economisch klimaat, koopbereidheid en grote aankopen: vergelijking septembercijfers voor en na de terreuraanslagen in de VS (oorspronkelijke reeks)

	Consumentenvertrouwen	Economisch klimaat	Koopbereidheid	w.o. grote aankopen
2001-augustus	-5	-35	15	21
September (reguliere cijfer)	-5	-33	14	17
September (na de aanslagen)	-14	-43	6	16

Tabel 2: Consumentenvertrouwen, economisch klimaat, koopbereidheid en grote aankopen: saldo van positieve en negatieve antwoorden (oorspronkelijke reeks)

	Consumentenvertrouwen	Economisch klimaat	Koopbereidheid	w.o. grote aankopen
2000-Juli	25	25	25	42
Augustus	26	24	27	41
September	24	23	25	38
Oktober	23	21	24	35
November	17	14	19	29
December	19	14	22	34
2001-Januari	15	10	19	22
Februari	11	-1	19	21
Maart	5	-13	18	25
April	0	-26	17	21
Mei	3	-20	17	25
Juni	-4	-29	13	25
Juli	-2	-28	15	24
Augustus	-5	-35	15	21
September (regulier cijfer)	-5	-33	14	17

Bron: CBS

Tabel 3: Detailgegevens economisch klimaat: saldo van positieve en negatieve antwoorden (oorspronkelijke reeks)

	Economisch klimaat		
	Afgelopen jaar	Komend jaar	Totaal
2000-Juli	35	14	25
Augustus	35	14	24
September	36	10	23
Oktober	33	9	21
November	25	2	14
December	24	4	14
2001-Januari	27	-7	10
Februari	16	-18	-1
Maart	5	-32	-13
April	-13	-40	-26
Mei	-12	-27	-20
Juni	-21	-38	-29
Juli	-22	-35	-28
Augustus	-28	-43	-35
September (regulier cijfer)	-28	-38	-33

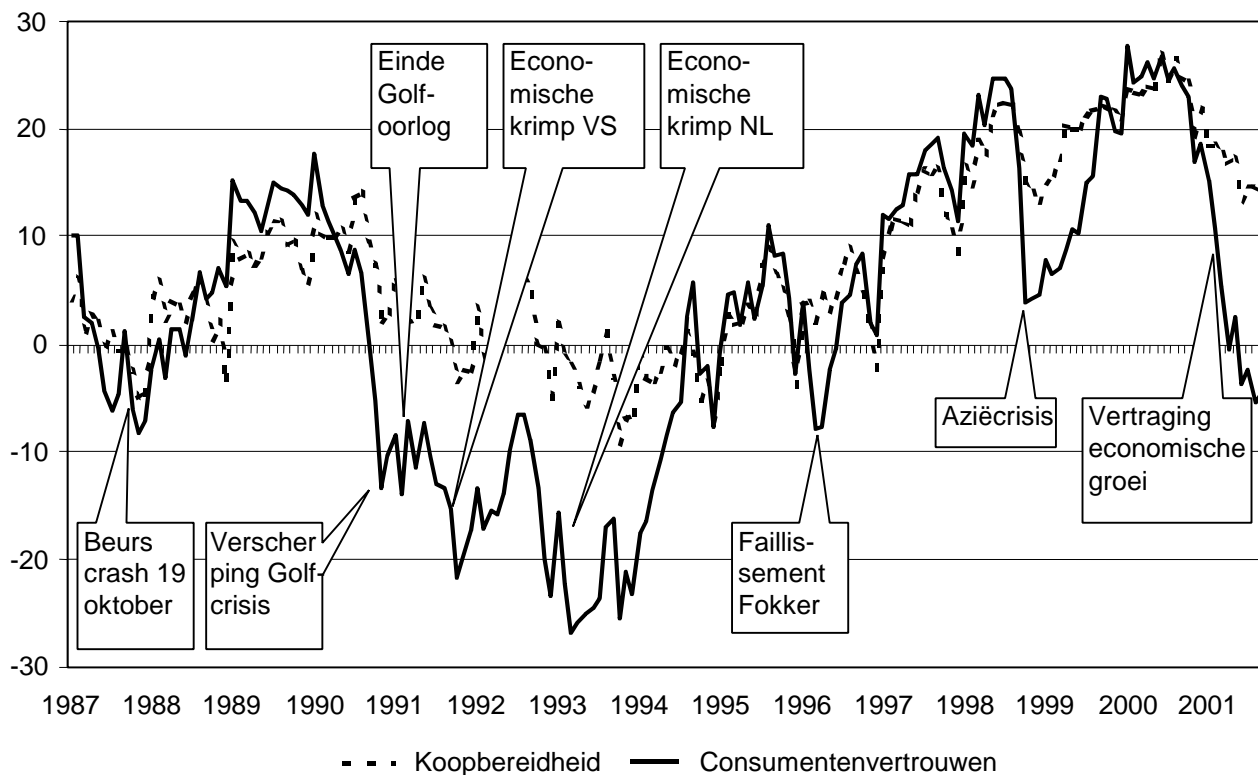
Bron: CBS

Tabel 4: Consumentenvertrouwen, economisch klimaat, koopbereidheid en grote aankopen: saldo van positieve en negatieve antwoorden (na verwijdering van seizoeninvloeden)

	Consumentenvertrouwen	Economisch klimaat	Koopbereidheid	w.o. grote aankopen
2000-Juli	22	22	22	35
Augustus	23	21	24	34
September	21	18	23	37
Oktober	22	18	25	38
November	21	18	23	38
December	24	19	27	47
2001-Januari	14	7	18	20
Februari	12	2	18	22
Maart	6	-12	18	25
April	0	-23	16	21
Mei	2	-20	17	22
Juni	-5	-29	11	18
Juli	-5	-31	12	16
Augustus	-8	-38	12	14
September (regulier cijfer)	-7	-38	13	16

Bron: CBS

Grafiek 1: Consumentenvertrouwen op langere termijn



Bron: CBS