



Inhoud

Huishoudens en individuen

- Consumentenconjunctuuronderzoek, oktober 2004. pag. 2

Verklaring van de tekens

. = gegevens ontbreken; – = nihil; x = geheim; * = voorlopig cijfer.
() achter de titel = nummer met de laatst gepubliceerde
overeenkomstige tabel.

Auteursrecht

© CBS, Voorburg/Heerlen, 2004. Bronvermelding is verplicht.
Verveelvoudiging voor eigen of intern gebruik is toegestaan.
ISSN: 0166-9680.

Informatie

Infoservice: tel. 0900 0227 (€ 0,50 per minuut);
E-mail: infoservice@cbs.nl; Website: www.cbs.nl;
Conjunctuur: teletekst pag. 506 en 507;
Redactie SB: CBS, Postbus 4000, 2270 JM Voorburg.

Consumentenvertrouwen gedaald

Het vertrouwen van de Nederlandse consument is, gecorrigeerd voor seizoeninvloeden, in oktober 4 punten gedaald ten opzichte van september. Dit is de tweede daling op rij. In augustus werd het hoogste punt sinds mei 2002 bereikt. Het consumentenvertrouwen blijft nog wel ruim boven het dieptepunt van vorig jaar. Het teruglopende vertrouwen in oktober hangt vooral samen met een aanzienlijk toegenomen pessimisme over het economisch klimaat. Daarnaast daalde de koopbereidheid licht. Dit blijkt uit het Consumenten Conjunctuuronderzoek van het CBS.

Oordeel economisch klimaat fors verslechterd

Over het economisch klimaat zijn consumenten in oktober een stuk pessimistischer dan in september. Het oordeel over het economisch klimaat nam, gecorrigeerd voor seizoeninvloeden, met 7 punten af. Consumenten zijn zowel negatiever geworden over de economie in de afgelopen twaalf maanden als over de ontwikkelingen in de komende twaalf maanden. Dit komt onder andere tot uiting in een stijgend aantal consumenten dat een oplopende werkloosheid verwacht. De afgelopen maanden werden consumenten hierover juist steeds optimistischer.

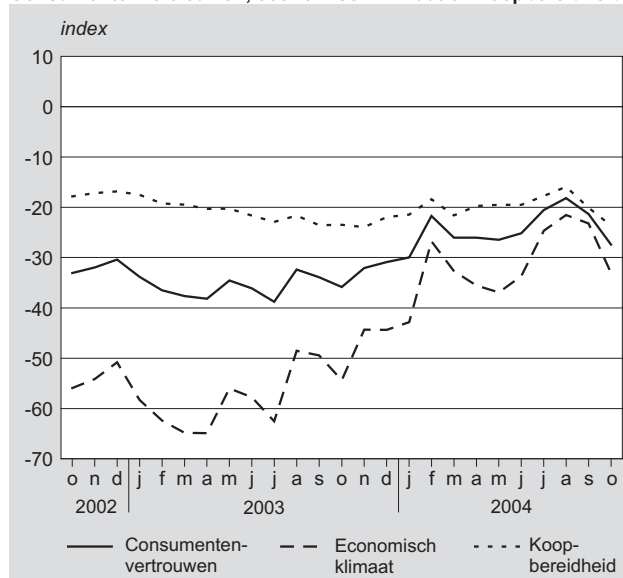
Koopbereidheid licht afgenomen

De koopbereidheid is, gecorrigeerd voor seizoeninvloeden, in oktober 3 punten lager dan in september. De koopbereidheid is gebaseerd op het oordeel over de financiële situatie van het eigen huishouden en op de vraag of de tijd gunstig is voor het doen van grote aankopen. Consumenten zijn met name somberder geworden over hun financiële situatie in de komende twaalf maanden. Daarnaast is de consument in oktober negatiever dan in september over het doen van grote aankopen zoals meubels.

Technische toelichting

Het Consumenten Conjunctuuronderzoek (CCO) wordt uitgevoerd in de eerste tien werkdagen van de maand.

Consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid



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 economisch klimaat en over de eigen financiële situatie. Maandelijks worden hierover in het Consumenten Conjunctuuronderzoek (CCO) vijf vragen gesteld aan ongeveer duizend huishoudens. 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 geïnterviewden kunnen vinden dat het beter gaat (de 'optimisten'), dat het slechter gaat (de 'pessimisten') of dat de situatie gelijk blijft. De indicatoren worden berekend door het percentage optimisten te verminderen met het percentage pessimisten.

Naast het CBS, stelt ook de Europese Commissie (EC) voor Nederland een indicator van het consumentenvertrouwen samen. De EC hanteert daarbij echter deels andere vragen dan het CBS. In de EC-berekening ligt de nadruk geheel op de verwachtingen voor de toekomst, waar in de indicator van het CBS ook de huidige situatie van de consument en diens oordeel over de afgelopen twaalf maanden worden meegenomen. De EC publiceert haar indicator altijd later dan het CBS waardoor de meest recente maand niet zichtbaar is in de grafiek.

	Jan.	Febr.	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec.
<i>Index van consumentenvertrouwen ²⁾</i>												
1999	8	6	7	9	11	10	15	16	23	23	20	20
2000	28	24	25	26	25	27	25	26	24	23	17	19
2001	15	11	7	0	3	-4	-2	-5	-5	-10	-11	-7
2002	-1	-4	-9	-14	-17	-21	-24	-27	-31	-33	-32	-30
2003	-34	-36	-38	-38	-35	-36	-39	-32	-34	-36	-32	-31
2004	-30	-22	-26	-26	-26	-25	-21	-18	-21	-27		
<i>Index van het economisch klimaat ²⁾</i>												
1999	-3	-7	-8	-9	-3	-4	6	6	24	24	17	18
2000	33	25	27	30	26	27	25	24	23	21	14	14
2001	10	-1	-13	-26	-20	-29	-28	-35	-33	-41	-45	-36
2002	-18	-20	-24	-33	-31	-39	-44	-48	-52	-56	-54	-51
2003	-58	-62	-65	-65	-56	-58	-63	-49	-49	-54	-44	-44
2004	-43	-27	-33	-36	-37	-34	-25	-22	-23	-33		
<i>Index van de koopbereidheid ²⁾</i>												
1999	15	16	17	20	20	20	21	22	22	22	22	21
2000	24	23	23	24	24	27	25	27	25	24	19	22
2001	19	19	18	17	17	13	15	15	14	12	11	12
2002	10	6	2	-1	-7	-9	-11	-12	-17	-18	-17	-17
2003	-18	-19	-19	-20	-20	-22	-23	-22	-24	-23	-24	-22
2004	-21	-18	-22	-20	-19	-20	-18	-16	-20	-24		

¹⁾ Dit onderzoek wordt medegefinancierd door de Europese Commissie; netto steekproef aantal is 1052 in de maand oktober 2004.

Door omstandigheden omvat het onderzoek over de maand juni 2000, 543 geënquêteerden.

Normaal gesproken maken ongeveer 1000 personen deel uit van de steekproef.

Door de kleinere steekproefomvang zijn de onnauwkeurigheidsmarges bij de uitkomsten iets groter dan gebruikelijk.

²⁾ Voor berekeningswijze van deze index zie de publikatie Gebruikershandboek Consumentenconjunctuuronderzoek 1972 – 1992 (SDU/uitgeverij, 1994).

Met ingang van januari 1994 worden de indexen met terugwerkende kracht gepresenteerd als een saldo met als minimum –100 en als maximum +100.