



Inhoud

Dienstverlening

- Ontwikkeling van de omzetten (excl. BTW) computer-service- en informatietechnologiebureaus e.d., 1e kwartaal 2005. pag. 3

Conjunctuurgegevens

- Consumentenconjunctuuronderzoek, juni. pag. 2 en 3

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, 2005. Bronvermelding is verplicht.
Vereenvoudiging 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 daalt opnieuw

Het consumentenvertrouwen is in juni 2005, gecorrigeerd voor seizoeninvloeden, voor de tweede achtereenvolgende maand gedaald en uitgekomen op -26. Het vertrouwen is hiermee weer terug op het niveau van begin dit jaar. Dit blijkt uit het Consumenten Conjunctuuronderzoek. De daling van het consumentenvertrouwen komt vooral doordat consumenten somberder werden over het economisch klimaat.

Consumenten negatiever over economisch klimaat

Consumenten zijn in juni flink negatiever geworden over het economisch klimaat. Vooral over het economisch klimaat in de afgelopen twaalf maanden werden consumenten behoorlijk somberder. Het oordeel over de economie in de komende twaalf maanden verslechterde ook.

Koopbereidheid stabiel

De koopbereidheid veranderde vrijwel niet in juni. Het niveau bleef laag. De onderliggende onderdelen van de koopbereidheid kenden wel verschuivingen. Zo is het oordeel over de eigen financiële situatie in de afgelopen twaalf maanden verbeterd. Daar staat tegenover dat de consumenten over hun financiën in de komende twaalf maanden en vooral over het doen van grote aankopen, zoals meubels, negatiever werden.

Stijging vertrouwen slaat om in daling

In de eerste vier maanden van 2005 nam het vertrouwen van de consumenten toe. Echter, in mei en juni daalde het vertrouwen weer fors. Het consumentenvertrouwen is aan het eind van het eerste halfjaar van 2005 weer terug op het niveau van begin 2005.

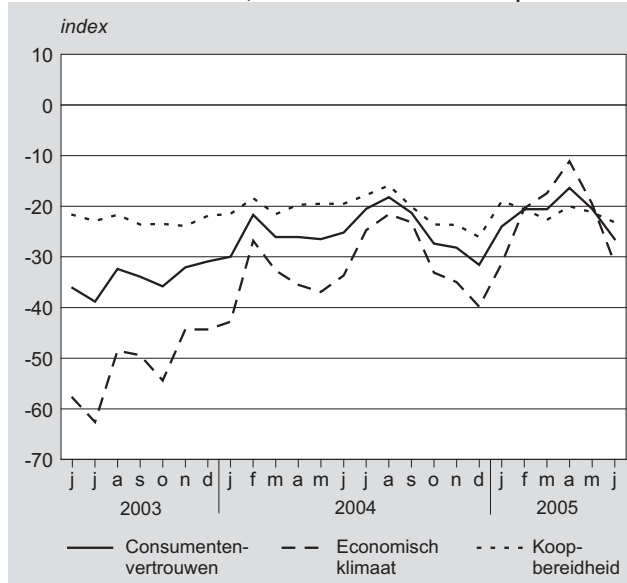
Het verloop van het consumentenvertrouwen in het eerste halfjaar werd vooral bepaald door veranderingen in het oordeel over het economisch klimaat. De koopbereidheid daarentegen varieerde maar weinig. Het vertrouwen van de consumenten blijft dus laag. Aan het eind van het eerste halfjaar van 2005 waren er per saldo 26 procent meer pessimisten dan optimisten.

Technische toelichting

Meer informatie

Dit persbericht is een onderdeel van de berichtgeving van het CBS over de Nederlandse conjunctuur. Voor meer

Consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid



informatie verwijzen wij u naar het Conjunctuurbericht (<http://www.cbs.nl/conjunctuurbericht>). Hierin wordt een actueel, totaal en samenhangend beeld van de conjunctuur gepresenteerd. Het Conjunctuurbericht wordt enkele uren na het uitkomen van dit persbericht bijgewerkt met de laatste stand van zaken. Via de CBS website (Service/abbonementen) kunt u zich ook aanmelden voor een gratis email-abonnement.

Algemeen

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

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.

Consumentenconjunctuuronderzoek ¹⁾

(22)

	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	-28	-32
2005	-24	-21	-21	-16	-20	-26						
<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	-35	-40
2005	-31	-20	-17	-11	-19	-31						
<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	-24	-26
2005	-19	-21	-23	-20	-21	-23						

¹⁾ Dit onderzoek wordt medegefinancierd door de Europese Commissie; netto steekproef aantal is 855 in de maand juni 2005.

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

Normaal gesproken maken ongeveer 1 000 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 publicatie 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.

Ontwikkeling van de omzet (excl. BTW) in de computerservice- en informatietechnologiebureaus e.d. (SBI 72)

(13)

	2003			2004				2005	Wijzigingen in % ¹⁾		
	2e kw.	3e kw.	4e kw.	1e kw.	2e kw.	3e kw.	4e kw.	1e kw.*	4e kw. 2004 t.o.v. 4e kw. 2003	1e kw. 2005 t.o.v. 1e kw. 2004	1e kw. 2004- 4e kw. 2004 t.o.v. 1e kw. 2003- 4e kw. 2003
<i>2000=100</i>											
Omzet	103	95	111	103	104	100	119	109	7,5	5,8	3,1

¹⁾ De wijzigingen zijn berekend op basis van niet-afgeronde indexcijfers.