



Inhoud

Conjunctuurgegevens

- Consumentenconjunctuuronderzoek, juli 2006. pag. 2 en 3
- Consumptieve bestedingen door huishoudens, mei 2006. pag. 4 t/m 5

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, 2006. 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.

Lichte terugval consumentenvertrouwen

Het consumentenvertrouwen is in juli 2006 iets gedaald ten opzichte van juni. Wel zijn er nog steeds meer optimisten dan pessimisten. De lichte daling volgt na tien maanden waarin het vertrouwen onafgebroken steeg. De consumenten oordeelden in juli vooral minder positief over het economisch klimaat. De koopbereidheid veranderde vrijwel niet. Dit blijkt uit cijfers van het CBS.

Oordeel economisch klimaat daalt sterk

Consumenten waren in juli 2006 aanzienlijk minder positief over het economisch klimaat. Vooral het oordeel over de economie in de komende twaalf maanden verslechterde. Het oordeel van de consument over de afgelopen twaalf maanden veranderde nauwelijks. Het aantal consumenten dat positief oordeelt over het economisch klimaat overtreft nog wel ruim het aantal dat negatief is.

Koopbereidheid vrijwel gelijk

De koopbereidheid van de consumenten veranderde deze maand vrijwel niet. De onderliggende indicatoren veranderden echter wel. De koopbereidheid is gebaseerd op de vraag of de tijd gunstig is voor het doen van grote aankopen en op het oordeel over de financiële situatie van het huishouden.

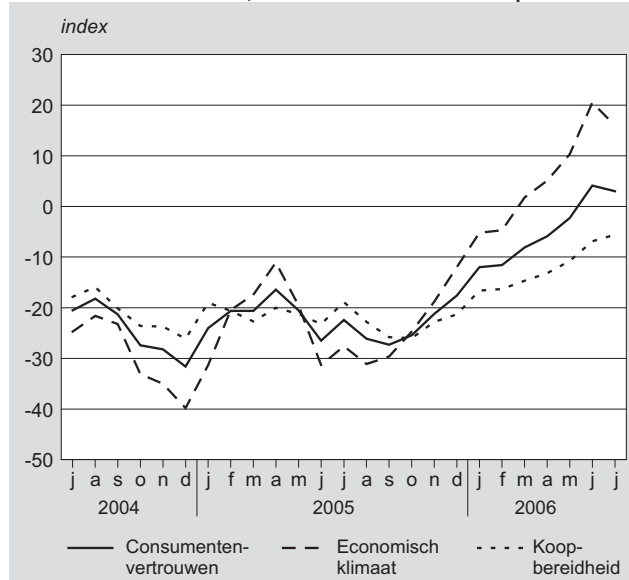
Het oordeel van consumenten over het doen van grote aankopen verbeterde deze maand fors. Dit is de tweede forse verbetering in drie maanden tijd. Over de eigen financiën in de komende twaalf maanden daarentegen verslechterde het oordeel. Consumenten werden ook iets negatiever over de eigen financiën in de afgelopen twaalf maanden.

Technische toelichting

Meer informatie

Dit persbericht is een onderdeel van de berichtgeving van het CBS over de Nederlandse conjunctuur. Voor meer informatie verwijzen wij u naar het 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 (Infor-

Consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid



matie voor/Publiek/Abonnementen) kunt u zich ook aanmelden voor een gratis email-abonnement.

Algemeen

Tenzij anders vermeld zijn de genoemde cijfers gecorrigeerd voor seizoeninvloeden. De oorspronkelijke cijfers zijn terug te vinden op StatLine. Alleen de vijf vragen die gebruikt worden voor de berekening van het consumentenvertrouwen worden gecorrigeerd. De andere vragen uit het Consumenten Conjunctuuronderzoek zijn alleen ongecorrigeerd beschikbaar.

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.

	Jan.	Febr.	Maart	April	Mei	Juni	Juli	Aug.	Sept.	Okt.	Nov.	Dec.
<i>Index van consumentenvertrouwen ²⁾</i>												
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	-22	-26	-27	-25	-21	-18
2006	-12	-12	-8	-6	-2	4	3					
<i>Index van het economisch klimaat ²⁾</i>												
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	-28	-31	-30	-25	-19	-12
2006	-5	-5	2	5	10	21	16					
<i>Index van de koopbereidheid ²⁾</i>												
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	-19	-23	-26	-26	-23	-21
2006	-17	-16	-15	-13	-11	-7	-6					

¹⁾ Dit onderzoek wordt medegefinancierd door de Europese Commissie; netto steekproef aantal is 987 in de maand juli 2006.

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.

Consumptiegroei houdt aan

In mei 2006 is door huishoudens in Nederland flink meer besteed dan een jaar eerder. De consumptieve bestedingen waren 3,5 procent hoger dan in mei 2005. Vooral aan duurzame goederen is meer besteed. Sinds medio 2005 loopt de consumptiegroei op. Deze ontwikkeling zet de laatste maanden versterkt door.

Duurzame goederen meest in trek

De bestedingen aan duurzame goederen zijn in mei dit jaar 11,1 procent hoger uitgekomen dan in mei 2005. Met name kleding en schoenen waren gewild, maar ook aan woning-

inrichting, consumentenelektronica en auto's werd fors meer besteed. De aankoop van duurzame goederen is gevoelig voor schommelingen in de conjunctuur. Ook aan voedings- en genotmiddelen werd met een toename van 3,6 procent duidelijk meer besteed dan een jaar eerder.

Bescheiden groei bestedingen diensten

De bestedingen aan diensten namen minder sterk toe dan die aan goederen. Ten opzichte van mei 2005 waren de bestedingen 1,2 procent hoger. Het gaat hier om uitgaven van huishoudens aan onder meer huisvesting, cultuur, recreatie, vervoer en communicatie, horeca, financiële en zakelijke diensten.

I. Consumptieve bestedingen door huishoudens incl instellingen zonder winstoogmerk werkzaam ten behoeve van huishoudens (IZWh)¹⁾, waardenmutaties

(26)

	Mutaties in procenten t.o.v. de overeenkomstige periode van het voorgaand jaar												
	2004	2005	2005				2006 ²⁾						
			2e kw.	3e kw.	4e kw.	dec.	1e kw.	jan.	febr.	maart	april	mei	jan–mei
Voedings- en genotmiddelen	-0,2	-0,1	-1,2	0,8	1,1	1,6	3,2	3,4	3,1	3,1	3,0	7,4	4,0
Voedingsmiddelen	-0,6	-0,8	-2,3	0,6	0,9	1,4	3,5	4,0	3,5	3,2	3,9	7,4	4,4
Aardappelen, groenten en fruit	-2,2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Vlees en vleeswaren	1,6	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Vis	0,1	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Zuivelproducten	-1,6	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Brood, beschuit en broodproducten	1,9	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Overige voedingsmiddelen	-2,2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Genotmiddelen	0,4	1,0	0,4	1,2	1,5	1,9	2,6	2,4	2,4	2,8	1,6	7,4	3,4
Consumptie-ijs	-1,5	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Zoetwaren	-0,1	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Dranken	-2,6	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Tabak	4,7	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Duurzame consumptiegoederen	-2,8	-0,5	-2,7	1,9	3,7	3,7	6,7	4,1	9,3	7,4	3,8	14,0	7,6
Kleding en textiel	-1,4	3,4	-1,9	3,7	10,1	11,7	2,8	5,3	4,7	-0,7	5,5	15,6	6,0
Lederwaren en schoeisel	-5,7	3,3	-0,7	5,4	9,7	9,0	2,8	4,6	4,6	-1,2	6,4	24,4	8,8
Woninginrichting	-3,8	-0,2	-3,0	2,3	4,1	3,8	9,4	8,9	6,7	12,2	9,6	15,8	10,6
Huishoudelijke apparaten	-5,0	-1,1	-3,0	4,5	2,1	2,8	11,6	6,8	13,4	15,2	9,3	17,4	12,3
Huishoudelijke artikelen	-2,3	-4,2	-3,4	-3,6	-5,6	-9,7	0,1	2,2	-2,9	1,0	2,1	5,2	1,6
Voertuigen	-3,2	-4,7	-3,3	-0,4	-4,1	-14,0	7,8	-1,7	20,0	12,4	-6,2	7,8	5,0
Overige duurzame goederen	-1,2	-0,8	-3,0	0,6	3,8	5,2	7,5	6,5	8,5	7,7	5,1	14,8	8,5
Overige goederen	1,9	7,2	6,9	6,4	7,6	9,5	13,2	17,1	8,5	14,0	11,1	10,2	12,3
Motorbrandstoffen	7,5	10,5	11,4	12,6	10,8	9,8	11,6	13,7	9,4	11,7	10,4	14,2	11,9
Energie	4,1	15,6	18,1	12,7	11,7	15,7	20,9	28,3	11,2	23,3	20,6	3,7	18,4
Overige goederen	-2,2	0,0	-1,1	0,5	2,6	3,3	4,8	4,7	4,2	5,5	4,3	11,7	6,2
Totaal goederen	-0,7	1,8	0,4	2,8	4,0	4,6	7,7	7,8	7,2	8,0	5,6	10,9	7,9
Diensten	3,3	2,5	2,7	2,3	2,7	2,9	2,2	2,1	2,3	2,3	2,4	2,5	2,3
Huisvesting	4,2	3,6	4,2	3,1	2,9	2,8	3,7	3,7	3,8	3,7	3,7	3,5	3,7
Horecadiensten	-1,1	2,6	1,9	3,2	4,5	5,7	3,7	3,3	3,5	4,2	.	.	4,3
Diensten m.b.t. recreatie en cultuur	3,9	4,3	4,2	4,6	5,0	.	4,0	4,0	4,0	3,9	.	.	3,9
Diensten m.b.t. vervoer en communicatie	2,6	0,7	0,8	1,5	1,2	.	1,5	1,5	1,5	1,5	.	.	1,7
Medische diensten en welzijnzorg	7,2	1,8	1,1	1,0	2,3	.	.	.	.	.	.	.	.
Financiële en zakelijke diensten	3,8	3,3	3,7	2,8	3,7	.	.	.	.	.	.	.	.
Overige diensten	1,5	-0,2	0,6	-0,8	-0,2	.	0,7	0,0	1,1	1,1	.	.	1,0
Consumptie door huishoudens inc IZWh (binnenlands)	1,4	2,1	1,6	2,5	3,3	3,7	4,9	4,9	4,5	5,2	4,0	6,5	5,0
Consumptie door niet-ingezeten huishoudens in Nederland	0,0	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Consumptie door Ned. gezinshuishoudingen in het buitenland	-6,4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Consumptie door huishoudens inc IZWh (nationaal)	1,1	2,0	1,7	2,3	3,3	3,7	4,8	4,8	4,5	5,1	.	.	.

¹⁾ Deze reeks maand- en kwartaalcijfers sluit aan bij de uitkomsten van de reguliere Kwartaalrekeningen.

²⁾ In 2006 is een nieuw zorgstelsel ingevoerd. Dit heeft invloed op de consumptie door huishoudens. Hiervoor is gecorrigeerd door over 2006 cijfers exclusief zorg te publiceren. Bijgestelde cijfers zijn cursief afgedrukt.

II. Consumptieve bestedingen door huishoudens incl instellingen zonder winstoogmerk werkzaam ten behoeve van huishoudens (IZWh)¹⁾, volumemutaties oorspronkelijke reeks

(26)

	Mutaties in procenten t.o.v. de overeenkomstige periode van het voorgaand jaar												
	2004	2005	2005				2006 ²⁾						
			2e kw.	3e kw.	4e kw.	dec.	1e kw.	jan.	febr.	maart	april	mei	jan–mei
Voedings- en genotmiddelen	0,6	0,1	-0,3	1,5	0,4	0,5	2,0	1,9	2,0	2,2	1,5	6,3	2,8
Voedingsmiddelen	2,2	0,1	-0,8	1,7	0,0	0,2	2,3	2,2	2,4	2,3	2,2	6,2	3,0
Aardappelen, groenten en fruit	2,6	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Vlees en vleeswaren	2,4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Vis	2,4	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Zuivelproducten	2,1	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Brood, beschuit en broodproducten	0,5	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Overige voedingsmiddelen	2,3	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Genotmiddelen	-2,1	0,0	0,5	1,2	1,0	0,9	1,6	1,3	1,4	2,0	0,3	6,4	2,3
Consumptie-ijs	1,1	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Zoetwaren	1,2	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Dranken	1,7	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Tabak	-9,7	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Duurzame consumptiegoederen	-1,3	0,9	-1,4	3,6	4,9	5,0	7,6	4,8	10,5	8,2	4,4	14,4	8,3
Kleding en textiel	0,7	6,1	0,7	7,1	12,0	12,8	4,7	6,3	7,6	0,8	6,8	16,3	7,4
Lederwaren en schoeisel	-3,9	5,1	2,0	6,1	10,2	8,7	2,1	6,9	3,7	-3,1	4,5	23,2	7,5
Woninginrichting	-4,3	-0,8	-3,3	1,7	3,1	2,9	9,0	8,6	6,3	11,6	9,1	15,2	10,2
Huishoudelijke apparaten	1,7	6,0	3,1	12,5	10,0	10,2	19,2	14,4	21,2	22,5	16,7	24,3	19,7
Huishoudelijke artikelen	-2,1	-3,7	-2,6	-3,4	-4,7	-8,8	0,4	2,8	-2,7	1,1	1,7	4,4	1,5
Voertuigen	-4,3	-5,9	-4,4	-2,4	-5,0	-14,8	6,5	-3,0	18,6	11,2	-6,9	7,0	3,9
Overige duurzame goederen	0,8	0,2	-2,2	2,3	4,3	5,5	7,4	6,7	8,4	7,3	5,0	14,1	8,3
Overige goederen	-0,6	0,2	1,4	0,1	-0,3	-0,2	5,0	7,6	0,8	6,4	3,9	3,1	4,4
Motorbrandstoffen	-0,8	0,6	3,4	-1,2	-0,1	-3,1	0,8	-0,4	-0,2	2,8	-0,2	1,3	0,7
Energie	0,9	-1,1	1,7	-0,3	-5,3	-2,5	8,0	14,5	-0,6	10,2	8,6	-5,9	6,2
Overige goederen	-1,3	0,9	0,1	1,0	3,1	4,2	4,5	4,9	3,5	5,1	3,4	10,8	5,6
Totaal goederen	-0,6	0,5	-0,3	2,0	2,0	2,0	5,1	4,8	4,7	5,8	3,4	8,7	5,5
Diensten	1,3	0,6	0,7	0,6	0,6	0,7	0,6	0,5	0,6	0,7	0,9	1,0	0,7
Huisvesting	1,3	1,3	1,7	1,1	0,8	0,8	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	1,6	1,8
Horecadiensten	-3,0	0,8	-0,1	1,6	2,7	3,9	1,9	1,6	1,7	2,4	.	.	2,4
Diensten m.b.t. recreatie en cultuur	1,1	1,6	1,5	1,8	2,0	1,6	1,6	1,6	1,6	1,5	.	.	1,5
Diensten m.b.t. vervoer en communicatie	3,4	1,0	1,4	1,3	1,1	1,6	1,6	1,6	1,6	1,6	.	.	1,6
Medische diensten en welzijnszorg	4,8	-0,6	-1,4	-0,6	0,0	.	.	.	.	.	.	.	.
Financiële en zakelijke diensten	1,8	1,3	1,4	1,1	0,7	.	.	.	.	.	.	.	.
Overige diensten	-1,4	-2,6	-1,8	-3,5	-3,0	-1,7	-2,5	-1,5	-1,0	.	.	.	-1,3
Consumptie door huishoudens inc IZWh (binnenlands)	0,4	0,5	0,2	1,2	1,2	1,3	2,8	2,7	2,5	3,3	2,1	4,6	3,0
Consumptie door niet-ingezeten huishoudens in Nederland	-1,0	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Consumptie door Ned. gezinshuishoudingen in het buitenland	-9,0	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.	.
Consumptie door huishoudens inc IZWh (nationaal)	0,0	0,3	0,2	0,9	1,1	1,3	2,7	2,5	2,4	3,2	.	.	.

¹⁾ Deze reeks maand- en kwartaalcijfers sluit aan bij de uitkomsten van de gereviseerde Nationale rekeningen 2004 en de reguliere Kwartaalrekeningen.

²⁾ In 2006 is een nieuw zorgstelsel ingevoerd. Dit heeft invloed op de consumptie door huishoudens. Hiervoor is gecorrigeerd door over 2006 cijfers exclusief zorg te publiceren. Bijgestelde cijfers zijn cursief afgedrukt.

III. Consumptieve bestedingen door huishoudens incl IZWh , volume-ontwikkeling gecorrigeerd voor verschillen in het koopdagenpatroon

(26)

	Mutaties in procenten t.o.v. de overeenkomstige periode van het voorgaand jaar ¹⁾											
	2005						2006 ²⁾					
	juni	juli	aug.	sept.	okt.	nov.	dec.	jan.	febr.	maart	april	mei
Consumptie door huishoudens inc IZWh (binnenlands)	1,0	1,0	1,3	1,2	1,2	1,8	0,8	1,9	2,5	2,5	3,5	3,5
Totaal goederen	1,1	1,6	2,2	1,9	2,1	3,0	0,9	3,2	4,7	4,3	6,5	6,1
Voedings- en genotmiddelen	1,2	1,6	0,0	1,9	2,1	1,3	-1,7	-0,5	2,0	0,5	5,4	3,6
Duurzame consumptiegoederen	0,0	2,3	4,8	3,8	4,4	6,3	4,3	3,1	10,4	5,8	8,4	11,1
Overige goederen	2,9	0,3	0,8	-0,8	-1,2	0,3	-0,6	6,8	0,8	6,4	4,9	1,5
Diensten	0,9	0,5	0,7	0,5	0,3	0,7	0,6	0,5	0,6	0,8	0,8	1,2

¹⁾ Bijgestelde cijfers zijn cursief afgedrukt.

²⁾ In 2006 is een nieuw zorgstelsel ingevoerd. Dit heeft invloed op de consumptie door huishoudens. Hiervoor is gecorrigeerd door over 2006 cijfers exclusief zorg te publiceren.