

Schommelingen in het consumentenvertrouwen

De DNB-conjunctuurindicator, welke is weergegeven in de rubriek Economisch Kompas, kent een positieve uitslag van 0,80 voor de realisatie van de huidige toestand van de conjunctuur. Deze waarde is sinds begin 2001 niet zo hoog geweest, getuige de historische weergave van de referentiereeks in grafiek 1. De uitslag van de thermometer is nog positiever voor de komende zes maanden, wat impliceert dat de economie de komende tijd naar verwachting harder zal groeien dan potentieel. De uitslag van de thermometer indiceert dat de conjunctuurgolf zich momenteel in de hoogconjuncturele fase bevindt.

De Europese en zeker ook de Nederlandse consument heeft momenteel een rooskleurig beeld van de economie¹, hoewel het vertrouwen in juli iets terugviel. De cyclische beweging van het consumentenvertrouwen, die met een voorlooptijd van negen maanden onderdeel vormt van de samengestelde voorlopende indicator, is eveneens in grafiek 1 weergegeven. De index van het consumentenvertrouwen bestaat uit vijf onderliggende deelindices, waarvan er twee betrekking hebben op de persoonlijke financiële situatie, twee op de beoordeling van de economische situatie en één op de bereidheid tot het doen van grote aankopen. Het consumentenvertrouwen wordt voor het grootste deel bepaald door veranderingen in de inschattingen van het macro-economische klimaat en het werkloosheidspercentage.

Het Nederlandse consumentenvertrouwen bereikte in 2003 een dieptepunt. DNB-onderzoek² indiceert dat de macro-economische perceptie van de Nederlandse consument in die periode het sterkst werd bepaald door de wereldwijde instorting van de aandelenmarkten, het wegvallen van de positieve impuls van de huizenprijzen en de toename van de werkloosheid. In de daarop volgende jaren was de consument beduidend somberder over de macro-economie dan op basis van economische gronden zou mogen worden verwacht. Hierbij speelde de psychologische doorwerking van een reeks gebeurtenissen een rol, zoals de politieke onrust in ons land, de oorlog in Irak, een reeks boekhoudmalversaties, etc. De afgelopen jaren heeft het consumentenvertrouwen zich krachtig hersteld. Het vertrouwen gedijt goed in het huidige stabiele macro-economisch klimaat van dalende werkloosheid, stijgende aandelenmarkten en gematigde inflatie.

Ard den Reijer

¹ Winter, J.M. de en K.J.M. van der Veer, 2007, "Consument heeft rooskleurig beeld van economie", *Economisch Statistische Berichten* nr. 5414, pp 462-463.

² Spahr van der Hoek, K.J.L. en A.C.J. Stokman, 2007, *Dutch consumer confidence: an econometric analysis of rational perceptions and animal spirits*. DNB Working paper, te verschijnen.

Grafiek 1: DNB-conjunctuurindicator en cyclus in consumentenvertrouwen

