

Artikelen

Nederlandse consumptie groeit weer krachtig

Karin van der Ven

De groei van de consumptie door huishoudens lag in 2006 op het hoogste niveau in vijf jaar. In de eerste drie kwartalen van 2006 gaven Nederlandse huishoudens 2,5 procent meer uit aan goederen en diensten dan in dezelfde periode van 2005. Dit is een stevige toename vergeleken met de matige groei in voorgaande jaren. Ook in internationaal perspectief gezien is de Nederlandse consumptiegroei weer hoog. De groei lag in de eerste drie kwartalen van 2006 een half procentpunt boven het gemiddelde van de Europese Unie.

Sterke verbetering economie in 2006

Afgaand op de eerste drie kwartalen lijkt 2006 in economisch opzicht het beste jaar sinds 2000 te worden. Ook voor de Nederlandse huishoudens ziet de situatie er rooskleuriger uit dan in voorgaande jaren. De groei van het aantal banen van werknemers neemt toe en het aantal vacatures staat op recordhoogte. De werkloosheid laat na een schommeling in de zomermaanden weer een bescheiden daling zien. Kortom: de ontwikkelingen op de arbeidsmarkt zijn zeer positief. Dit is belangrijk voor de consumptie omdat arbeid voor de meeste huishoudens de belangrijkste bron van inkomsten is. Een gunstige arbeidsmarkt biedt huishoudens meer mogelijkheden hun inkomsten te verruimen. Enerzijds omdat het eenvoudiger wordt betaald werk of een andere (beter betaalde) baan te vinden. Anderzijds omdat voor hetzelfde werk meer loon kan worden ontvangen.

Loonstijging in 2006 hoger dan de inflatie

Voor werknemers is de ontwikkeling van de cao-lonen van groot belang. De cao-lonen stegen in 2006 gemiddeld met 2,1 procent. Dit was aanzienlijk meer dan de bescheiden stijgingen van 1,2 en 0,7 procent in 2004 en 2005. Het gaat hierbij om de cao-lonen inclusief bijzondere beloningen als vakantietoeslag of eindejaarsuitkering. Toeslagen voor werknemers waarbij specifieke voorwaarden gesteld worden, zoals ploegdienst of leeftijdstoelagen, en individuele loonstijgingen tellen niet mee in de cao-loonstijging. Het verschil tussen de feitelijk verdiende lonen en de ontwikkeling van de lonen zoals overeengekomen in cao's is de incidentele loonontwikkeling. Hierover zijn nog geen recente cijfers beschikbaar.

Terwijl de cao-lonen in 2006 meer stegen dan in 2005 liep de inflatie juist terug. De inflatie wordt berekend uit de stijging van de consumentenprijsindex ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Deze index geeft het

prijsverloop weer van een vast pakket goederen en diensten zoals dit in het jaar 2000 gemiddeld werd aangeschaft door huishoudens in Nederland. De inflatie zakte van 1,7 procent in 2005 naar 1,1 procent in 2006. In tegenstelling tot een jaar eerder werd de prijsstijging in 2006 dus ruimschoots gecompenseerd door de cao-loonstijging.

Meer banen en vacatures, minder werklozen

De mogelijkheden tot het vinden van (beter) betaald werk zijn groter geworden. De werkgelegenheid neemt weer toe na drie jaren met banenverlies. In het derde kwartaal van 2006 waren er 110 duizend banen van werknemers meer dan in dezelfde periode van 2005. Het aantal vacatures zit eveneens in de lift; na correctie voor seizoeninvloeden stonden er eind september 219 duizend vacatures open. Dit was het hoogste aantal openstaande vacatures ooit. Dit brengt een grote dynamiek op de arbeidsmarkt met zich mee. In het derde kwartaal van 2006 namen de aantallen ontstane en vervulde vacatures, net als in voorgaande kwartalen, toe ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Er ontstonden in het derde kwartaal 36 duizend vacatures meer dan in het derde kwartaal van 2005. Daarnaast werden 45 duizend meer vacatures vervuld. In totaal werd in het derde kwartaal van 2006 het recordaantal van 274 duizend vacatures vervuld. De werkloosheid is vooral vanaf het tweede kwartaal van 2005 tot en met het tweede kwartaal van 2006 zeer sterk gedaald. Na een kleine onderbreking zette deze daling door tot en met het eind van 2006, zij het in een wat lager tempo dan voorheen.

Optimisme overheerst weer

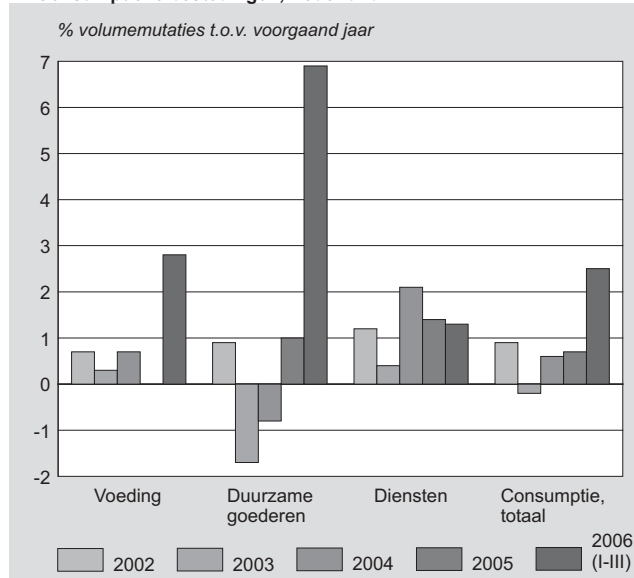
In het kielzog van de verbeterde arbeidsmarkt en het economisch herstel is ook de stemming onder consumenten sterk verbeterd. Midden 2005 begon het consumentenvertrouwen aanzienlijk te stijgen. Halverwege 2006 waren er voor het eerst in vijf jaar tijd ook weer meer optimisten dan pessimisten. Eind 2006 hadden de optimisten onder de consumenten nog steeds de overhand. Consumenten waren in 2006 vooral over het algemeen economisch klimaat positiever gestemd dan in 2005. Bovendien waren ze duidelijk minder somber over hun eigen financiën en de vraag of het een gunstige tijd is voor grote aankopen. Deze twee indicatoren vormen samen de maatstaf voor de koopbereidheid van consumenten.

Krachtig herstel consumptiegroei

De verbeterde economische omstandigheden hebben in 2006 uiteindelijk ook geleid tot een sterke stijging van de

bestedingen door huishoudens. In de eerste drie kwartalen van 2006 was het volume van de consumptie door huishoudens 2,5 procent hoger dan in dezelfde periode een jaar eerder. Hiermee is sprake van een krachtig herstel na enkele magere jaren. In 2004 en 2005 was de stijging met respectievelijk 0,6 en 0,7 procent immers heel bescheiden. In 2003 gaven huishoudens zelfs iets minder uit dan een jaar eerder.

1. Consumptieve bestedingen, Nederland



Sterke groei van consumptie duurzame goederen

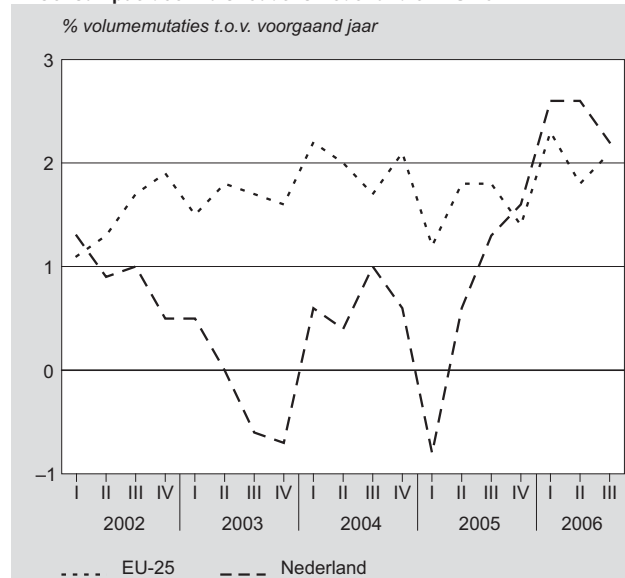
De ontwikkeling van de bestedingen aan duurzame goederen in de eerste drie kwartalen van 2006 valt het meest op. In grafiek 1 wordt geïllustreerd dat deze consumptie-categorie het gevoeligst is voor schommelingen in de conjunctuur. Tot de duurzame goederen behoren onder meer kleding en schoenen, meubels, auto's, televisies en computers. In de eerste drie kwartalen van 2006 is aan deze producten, gecorrigeerd voor prijsveranderingen, 6,9 procent meer besteed dan in dezelfde periode van 2005. Dergelijke uitbundige groeicijfers zijn na de periode van hoogconjunctuur eind jaren negentig niet meer voorgekomen.

Nederlandse consumptiegroei ook weer boven het Europese gemiddelde

Ook in internationaal perspectief is de Nederlandse consumptiegroei in de eerste drie kwartalen van 2006 relatief hoog. Huishoudens in de EU hebben in de eerste drie kwartalen van 2006 gemiddeld 2,0 procent meer besteed aan goederen en diensten dan een jaar eerder. De consumptiegroei was in Nederland met 2,5 procent duidelijk hoger, na drie jaren waarin deze duidelijk achterbleef in vergelijking met Europa.

De volumestijging van de consumptieve bestedingen door huishoudens in de EU-25 verschilt in 2006 niet veel van de groei in voorgaande jaren. Al vanaf 2001 bedraagt de

2. Consumptie door huishoudens Nederland en EU-25



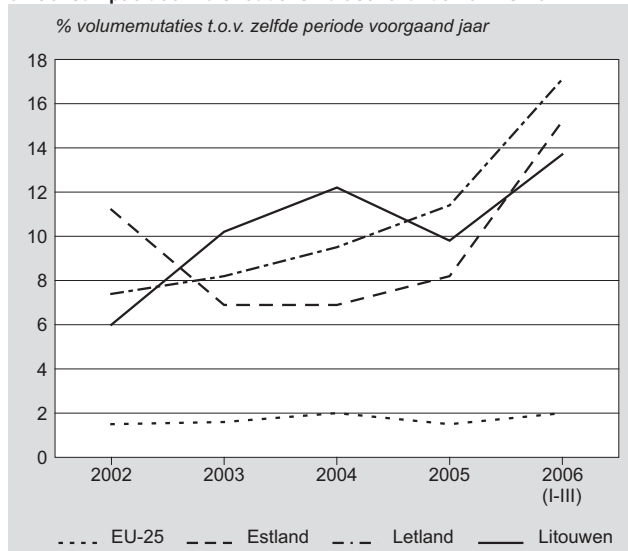
consumptiegroei telkens zo'n 1,5 à 2 procent per jaar, zo blijkt uit cijfers van Eurostat, het Europese statistische bureau. De Nederlandse consumptiegroei lag hier tot en met 2005 ver onder. In ons land stegen de consumptieve bestedingen in de periode 2001-2005 gemiddeld maar ongeveer een half procent per jaar.

In de loop van 2005 begon de consumptie in Nederland zich echter te herstellen. Eind 2005 overtrof de groei voor het eerst sinds begin 2002 het Europese gemiddelde. In de eerste drie kwartalen van 2006 bleef de consumptiegroei in Nederland boven het gemiddelde van de EU-25. In het derde kwartaal van 2006 is de toename wel iets teruggevallen. Het ligt nu vrijwel op het Europese gemiddelde. Deze lichte terugval van de Nederlandse consumptiegroei in het derde kwartaal kwam vooral doordat de bestedingen aan duurzame goederen wat minder uitbundig toenamen dan in het eerste halfjaar van 2006.

De ontwikkeling van de consumptie door huishoudens loopt sterk uiteen tussen de verschillende landen van de EU. De Nederlandse consumptiegroei ligt in 2006 weliswaar weer boven het gemiddelde van de EU-25, maar blijft ver achter bij de toename in enkele nieuwe lidstaten. Vooral in de Baltische landen (Estland, Letland en Litouwen) zijn de consumptieve bestedingen zeer sterk toegenomen. Huishoudens in deze landen hebben in het eerste halfjaar van 2006 ongeveer 15 procent meer besteed aan goederen en diensten dan in de eerste helft van 2005.

Met Nederland behoorden Italië en Duitsland de laatste jaren tot de EU-landen met de laagste consumptiegroei. Net als in ons land trok in Italië in het eerste halfjaar van 2006 de consumptiegroei aan. De groei ligt daar echter nog altijd onder het Europese gemiddelde. In Duitsland bleef de consumptiegroei net als in voorgaande jaren zeer gematigd. In de eerste drie kwartalen van 2006 werd door Duitse huishoudens 0,6 procent meer besteed dan een jaar eerder.

3. Consumptie door huishoudens Baltische landen en EU-25¹⁾



¹⁾ Cijfers over 2006 voor Estland en Letland betreffen de eerste twee kwartalen.

Ter toelichting

Alle cijfers over consumptie die in dit artikel worden gebruikt zijn gecorrigeerd voor prijsveranderingen. De jaar-op-jaar-mutaties zijn berekend uit gegevens die niet voor seizoeneffecten zijn gecorrigeerd. De cijfers over de ontwikkeling van de consumptie door huishoudens in Nederland zijn gecorrigeerd voor de wijzigingen in het zorgstelsel, die werden ingevoerd per 1 januari 2006. De huishoudens deden hun aankopen zowel in eigen land als over de grens.