



**Aanvullend onderzoek naar effecten
accijnsverhoging gedistilleerde dranken**



Panteia

Research to Progress

Research voor Beleid | EIM | NEA | IOO | Stratus | IPM

Aanvullend onderzoek naar effecten accijnsverhoging gedistilleerde dranken

ir. Wim Scheltes & drs. Frans Pleijster

Dit rapport is uitgebracht aan de Koninklijke SlijtersUnie te Eindhoven.

Kenmerk R20130173/C10629/WSC/MDU

DEFINITIEVE VERSIE

Zoetermeer, november 2013

© Het gebruik van cijfers en/of tekst uit dit rapport is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van de Koninklijke SlijtersUnie.

Inhoudsopgave

1	INLEIDING	4
2	PROJECTDOEL EN -OPZET	6
2.1	Onderzoekdoel	6
2.2	Onderzoekopzet	7
3	HET "GRENSEFFECTEN RAPPORT"	8
3.1	Primaire effecten	8
3.2	Accijnstarieven in Nederland	10
3.3	Accijnstarieven in vergelijking met buurlanden	10
3.4	Verkoopprijzen in Nederland en omringende landen	11
3.5	Consumptie	12
3.6	Recente publicaties	13
3.7	Gerealiseerde opbrengsten	13
3.8	Conclusie	14
4	STAATSOPBRENGSTEN	15
4.1	Prijsverandering voor de consument	16
4.2	Verandering in afzet en consumptie	17
4.3	Verandering bestedingen consumenten	18
4.4	Verandering accijnsopbrengsten	18
4.5	Verandering BTW-opbrengsten	19
4.6	Opbrengstverandering voor de overheid	21
5	VERANDERING VOOR SLIJTERIJEN	22
5.1	Verandering bedrijfsopbrengst	22
5.2	Verandering arbeidsproductie en werkgelegenheid	22
5.3	Conclusies	23
6	AFSLUITING	24

1 Inleiding

In januari 2013 is een accijnsverhoging ingevoerd voor gedistilleerde dranken. Het betreft een verhoging (6%) van € 15,04 naar € 15,94 per liter pure alcohol. Door het kabinet¹ is destijds uitgegaan van een verdere accijnsverhoging á 5% per 1 januari 2014. Dat zou neerkomen op een totale accijns van € 16,74 (per liter pure alcohol) voor gedistilleerde dranken.

Op Prinsjesdag 2013 zijn bijgestelde belastingplannen bekend gemaakt. Voor gedistilleerde drank worden de accijnstarieven per 1 januari 2014 niet met 5% maar met 5,75% verhoogd. Het accijnstarief komt daarmee uit op € 16,86 (in plaats van € 16,74) per liter pure alcohol.

■ PROBLEMATIEK

De slijterbranche is zeer verbaasd over deze accijnstoename. Zij voorziet hierdoor een toename van haar problemen: een nog grotere omzetafname en daardoor nog meer negatieve effecten voor de werkgelegenheid in de branche. Immers een accijnsstijging (en/of een stijging van het BTW-tarief) beïnvloedt de verkoopprijs van een product die de consument moet betalen: over het algemeen resulteert een prijsstijging in een afname van het verkoopvolume. Door de voornoemde accijnsmaatregelen verwacht het kabinet dat de consumptie van gedistilleerde drank zal verminderen (als gevolg van verkoopprijsstijging), maar tegelijkertijd dat dit (door accijnstoename) ook zal resulteren in hogere staatsopbrengsten. Er is in de kabinetsoptiek zodoende sprake van twee vliegen in één klap: minder alcoholgebruik (met naar verwachting positieve maatschappelijke aspecten) én hogere opbrengsten voor de staat.

Niet iedereen deelt die visie. Zo kan bijvoorbeeld verwezen worden naar de accijnsverhoging in 2002 en de daardoor afgenomen opbrengsten. In juni 2013 is door Panteia² onderzoek gedaan naar de staatsopbrengsten en werkgelegenheid in de slijterbranche, gebaseerd op de kabinetsplannen van januari 2013. Die studie heeft het vermoeden bevestigd dat accijnsverhoging zal leiden tot lagere staatsopbrengsten, en tot een afname van werkgelegenheid in de slijterbranche.

■ GRENSEFFECTEN

Door een toename van de verkoopprijs, bijvoorbeeld door accijnsverhoging, wordt het prijsverschil met hetzelfde (of een direct vergelijkbaar) product in onze buurlanden groter. Hoe groter het prijsverschil des te sterker de neiging om elders de aankopen te doen. Vooral de detailhandel in de grensstreek ondervindt daarvan hinder. Producten zoals gedistilleerde drank (maar bijvoorbeeld ook benzine), kunnen goedkoper in het buitenland worden aangeschaft.

Consumenten neigen hierdoor hun aankopen, in casu gedistilleerde drank, over de grens te doen – dit wordt “grenseffect” genoemd – al of niet gecombineerd met hun andere (periodieke) aankopen. Voor de lokale detailhandel betekent dat afname van omzet, en daardoor afname van werkgelegenheid.

¹ = Zie het regeerakkoord “Bruggen Slaan” tussen VVD en PvdA (oktober 2012).

² = “Effecten accijnsverhoging gedistilleerde dranken”, Panteia (juni 2013).

Naast de detailhandel verliezen (dan wel kunnen verliezen) ook producenten hierdoor omzet. Immers bij boodschappen doen over de grens is het heel goed mogelijk dat consumenten aldaar voor een ander (vergelijkbaar of concurrerend) product kiezen.

■ KAMERVragen

Enkele Tweede Kamerleden³ hebben in maart 2013 vragen gesteld over de grenseffecten van accijnsverhogingen. Hun vragen hadden vooral betrekking op accijnsverhogingen van bier en wijn. Echter grenseffecten spelen ook een rol bij andere consumentenproducten (zoals gedistilleerde drank of benzine) waar sprake is van een duidelijk prijsverschil met buurlanden.

In een recent gepubliceerd onderzoek⁴ ("Grenseffecten rapportage"), opgesteld onder leiding van het Ministerie van Financiën, zijn deze vragen beantwoord. Geconcludeerd is dat de betreffende grenseffecten niet aantoonbaar zijn en, waar en voor zover aanwezig, gering zijn. Verder zijn volgens dat ministerieel onderzoek ook eventuele substitutie-effecten vooral van tijdelijke aard: na verloop van tijd vervallen consumenten in hun oude gewoonte, zo wordt gesteld.

Kort geleden (13 augustus 2013) zijn door Tweede Kamerleden⁵ vragen gesteld over de accijnsverhoging op brandstoffen per 1 januari 2014. Ook deze kwestie vertoont gelijkenis met die van gedistilleerde drank. De beantwoording daarvan is daarom ook voor de slijterbranche van belang.

De Staatsecretaris van Financiën heeft een week later (20 september) antwoord gegeven: er is geen rekening gehouden met grenseffecten door prijsverschillen, er zijn daarover ook geen gegevens bekend en er zijn daarover geen berekeningen en/of inschattingen gemaakt.

Uit alle reacties van het kabinet (zie ook de "Grenseffecten rapportage") kan geconcludeerd worden dat het van mening is dat: grenseffecten feitelijk niet bestaan en voor zover er wel sprake van is, dit effect gering en van tijdelijke aard is.

In dat kader is het frappant te constateren dat de afzet van binnenlands gedistilleerd bij slijterijen flink is afgenomen⁶. En dat net over de grens in Duitsland de afzet en het aantal borrelshops juist toeneemt⁷. Dat leidt onherroepelijk tot omzetverlies voor Nederlandse slijters, met als mogelijk gevolg winkelsluiting en verlies aan werkgelegenheid. Zijn dat geringe effecten en zijn die van tijdelijke aard? Onder andere het CDA heeft twijfels of de kabinetsaanneming nog wel gestand doet, temeer consumptieve bestedingen momenteel onder grote druk staan.

³ = De Tweede Kamerleden Helma Neppérus (VVD) en Pieter Omtzigt (CDA).

⁴ = "Grenseffecten-rapportage", beantwoording Kamervragen door Neppérus/Omtzigt.

⁵ = Pieter Omtzigt (CDA), bron <https://www.cda.nl/mensen/omtzigt/blog>.

⁶ = Directe verkopen op basis van kassa-aanslagen door ACNielsen (week 5-32 van 2013), gepubliceerd in Drinks Slijtersvakblad (oktober 2013).

⁷ = Zie: Drinks Slijtersvakblad, oktober 2013.

2 Projectdoel en -opzet

Door het kabinet zijn op Prinsjesdag 2013 bijgestelde belastingplannen bekend gemaakt. Voor gedistilleerde drank wordt de accijns per 1 januari 2014 met 5,75% verhoogd (in plaats van 5% zoals eerder werd voorgesteld) en komt daarmee uit op € 16,86 per liter pure alcohol.

Extra inkomsten binnenhalen is het hoofddoel van het kabinet. En omdat in zijn visie grenseffecten geen rol spelen, kan dat doel eenvoudig bereikt worden door het verhogen van de accijns. Dat wekt verbazing bij de slijterbranche. Immers, prijsverschillen vormen een belangrijke factor in het afwegingsproces van een consument. En de prijsverschillen met bijvoorbeeld buurland Duitsland worden steeds groter. Alleen bij beperkte prijsverschillen tussen buurlanden lijkt de aanname dat grenseffecten amper een rol spelen acceptabel.

Het negeren van grenseffecten (zie de beantwoording⁸ door het ministerie op verschillende vragen van Tweede Kamerleden) komt onvoldoende doordacht over. De gevolgen van de accijnsverhoging in 2002 voor gedistilleerde drank en het negatieve effect daarvan op de staatsopbrengsten en de verkoopomzet, lijkt het ministerie alweer vergeten te zijn. Het spreekt zijn visie in elk geval tegen.

2.1 Onderzoekdoel

Naar aanleiding hiervan is Panteia door de Koninklijke SlijtersUnie verzocht nader onderzoek te doen naar de problematiek. In samenspraak zijn de volgende vragen geformuleerd:

- In hoeverre zijn de ministeriële antwoorden aan de Tweede Kamer inzake de relatie tussen accijnsverhoging en grenseffecten (zie "Grenseffecten rapportage") voldoende onderbouwd en steekhoudend?
- Wat zijn de te verwachten effecten op de afzet van gedistilleerde dranken, op de accijnsopbrengsten van gedistilleerd en op de werkgelegenheid in de slijterbranche door de accijnsverhoging naar 5,75% (in plaats van 5%) per 1 januari 2014, ten opzichte van de situatie in 2012?
- Onderzoek de huidige "weglek" van gedistilleerde aankopen over de grens, en vertaal dit naar verandering van accijnsopbrengsten.

NB: In overleg is besloten de laatste vraag (over "weglek") onderwerp te maken van een aparte studie. De betreffende vraag valt daarom buiten het kader van het voorliggende onderzoek.

⁸ = "Grenseffecten rapportage" (september 2013) als antwoord op Kamervragen van Neppérus & Omtzigt. En het antwoord op Kamervragen van Omtzigt & De Rouwe gesteld op 13 augustus 2013, zie <https://www.cda.nl/mensen/omtzigt/blog>.

De voorliggende rapportage zal gebruikt worden in de komende discussie over accijnsverhoging. Door de slijterbranche wordt veel waarde gehecht aan die discussie, omdat accijnsverhoging werkgevers én werknemers in deze sector raakt.

Met grote nadruk melden wij daarom dat de dragende werkgeversorganisaties (Koninklijke SlijtersUnie en de Vereniging Drankenhandel Nederland), alsook de vakbondsorganisaties aan werknemerszijde (FNV, CNV), betrokken zullen zijn in deze discussie.

2.2 Onderzoekopzet

De "Grenseffecten rapportage", zoals opgesteld door het ministerie, wordt bestudeerd. De daarin opgenomen visie en commentaren worden door ons op waarde geschat. Er zal vooral gekeken worden naar de zeggingskracht ervan, gezien vanuit de optiek van de gedistilleerde producten:

- Zijn de aangedragen argumenten in voldoende mate steekhoudend of onderbouwd?
- Geven de gepresenteerde cijfers een voldoende objectief beeld?
- Is het gepresenteerde beeld in dat rapport (inzake andere producten) zondermeer ook van toepassing op gedistilleerd?

Onze bevindingen zullen worden verwoord in het volgende hoofdstuk.

Wij vinden het belangrijk dat gekeken wordt naar het afzetvolume, omdat die de beste indicator is voor de gang van zaken in de slijterbranche. Daarom wordt in dit onderzoek ook een hernieuwde inschatting gemaakt van de afzetafname door accijnsverhoging. Vervolgens leiden wij daarvan de accijnsopbrengsten en werkgelegenheidsaspecten af. Dit geschiedt op analoge wijze als in ons eerdere onderzoek⁹ (juni 2013) is gedaan. Uitgangspunt is nu echter een 5,75% accijnstoename per januari 2014. Voor de resultaten wordt verwezen naar hoofdstuk 4.

⁹ = "Effecten accijnsverhoging gedistilleerde dranken", Panteia (juni 2013).

3 Het “Grenseffecten rapport”

De “Grenseffecten rapportage” (september 2013) – hierna vaak aangeduid als het rapport – is een reactie op vragen van Tweede Kamerleden inzake de verhoging van accijnstarieven, de eventuele grenseffecten die daarmee gepaard gaan en de veranderde staatsopbrengsten.

Voor het kabinet is het hoofddoel van accijnsverhoging het vergroten van de staatsopbrengsten. Alle voorgestelde accijnsverhogingen, zie het regeerakkoord “Bruggen Slaan” (oktober 2012) en de recente presentatie op Prinsjesdag 2013, resulteren dan ook – volgens zijn eigen berekeningen – niet verwonderlijk, in een toename van opbrengsten.

De vragen van Tweede Kamerleden hadden voor een groot deel betrekking op andere producten dan gedistilleerde drank: brandstof, tabak, bier en wijn. De problematiek in die branches vertoont gelijkenis met die van de slijterbranche: toename van verkoopprijzen, lagere verkoopprijs in buurlanden, daardoor minder afzet, minder omzet en afname van werkgelegenheid. De beantwoording van de Kamervragen is daarom ook voor de slijterbranche interessant.

De “Grenseffecten rapportage” nemen wij vooral paragraafgewijs door. Onze koppen verwijzen naar dezelfde paragraafkoppen uit het rapport. Eerst wordt beknopt de reactie van het ministerie beschreven. Daarna geven wij onze visie (“beschouwing”) daarop.

3.1 Primaire effecten

In de inleiding van het rapport wordt geschreven dat accijnsopbrengsten primair beïnvloed worden door:

- maatregelen;
- gedragseffecten;
- conjunctuur.

Het rapport stelt dat prijseffecten (“bij prijstoename, neemt de consumptie af”), substitutie-effecten (“overstappen op een alternatief product”), anticipatiegedrag (“extra voorraad inslaan kort voor prijsstijging”) en grenseffecten (“goedkoper in het buitenland”) een vorm van gedragseffect zijn. Conjunctuur wordt daarnaast nadrukkelijk ook genoemd als invloedfactor op de staatsopbrengst, omdat consumptie sterk bepaald wordt door koopkrachtontwikkeling.

Met betrekking tot grenseffecten wordt verlies aan accijnsopbrengst vooral veroorzaakt door illegale handel en door ongedeclareerde buitenlandse aankopen. Dat laatste heeft dan vooral betrekking op particulieren die (een beperkte hoeveelheid) producten kopen voor eigen gebruik en die ook zelf vervoeren. Dat is toegestaan als deze aankoop geen commerciële doeleinden heeft (handel, doorverkoop) en/of aangifte is gedaan bij de grens.

BESCHOUWING: Aankoop door particulieren van consumptieproducten zoals gedistilleerde drank in een buurland, valt dus onder het begrip grenseffect (als

onderdeel van gedragseffect) in de definitie van het ministerie. Door overheidsmaatregelen (accijnsverhoging, BTW-verhoging) neemt de aankoopprijs toe. Ook prijseffecten (elasticiteit: prijsstijging leidt tot minder consumptie) vallen onder gedragseffecten.

In het algemeen kan gesteld worden dat consumenten hun "nut" proberen te optimaliseren. Onder nut vallen alle aspecten die de consument (en/of zijn gezin) belangrijk vinden: prijs, maar bijvoorbeeld ook beschikbare tijd voor het doen van boodschappen. Is het besteedbaar inkomen beperkt, dan zal een lage productprijs een relatief hoge nutwaarde hebben. En als er weinig tijd is, zal een korte tijdsduur voor boodschappen doen (inclusief reistijd) belangrijk gevonden worden. Iedereen maakt zijn/haar eigen afweging.

Duidelijk is dat een toenemende productprijs in Nederland, vergeleken met een buurland, de "push" daar naartoe en de "pull" van buitenlandse winkels doet toenemen. Bij gecombineerde aankopen in het buitenland (zoals bijvoorbeeld wekelijkse boodschappen plus brandstof tanken) treedt vergroting van dit effect op. Het feit dat supermarkten in België en Duitsland, anders dan in Nederland, gedistilleerde drank mogen verkopen kan versterkend werken.

Door een toenemend prijsverschil wordt productaankoop elders (buitenland) steeds interessanter. Door aankopen te combineren (bijvoorbeeld wekelijkse boodschappen, brandstof tanken) kan de consument zijn nut vergroten, zeker indien ook die aankopen een besparing opleveren. De push en pull om elders aankopen te doen, neemt toe.

De "Grenseffecten rapportage" lijkt uit te gaan van de aankoop van een enkel product (zoals bijvoorbeeld een enkele fles gedistilleerde drank) in een buurland. Er is dan amper sprake van push en pull, en dus ook geen sprake van een grenseffect.

Dat uitgangspunt in het rapport is niet erg reëel. Als gedistilleerde drank in buurland Duitsland goedkoper is, evenals andere producten (waaronder benzine), is het niet onwaarschijnlijk dat die daar ook gekocht zullen worden. En om het "nut" verder te vergroten, is het aantrekkelijk om de wekelijkse boodschappen daar ook te doen. Het lagere BTW-tarief in Duitsland ten opzichte van Nederland (19% versus 21%) draagt ertoe bij dat de winkelprijzen daar vaak lager uitvallen.

De Twentse Courant Tubantia¹⁰ schreef, vrij samengevat: "...Niet verwonderlijk als je op een volle tank benzine al bijna 6 euro goedkoper uit bent. Dan is het tegelijkertijd inslaan van andere boodschappen (met een lagere verkoopprijs) verklaard".

¹⁰ = Zie: Twentse Courant Tubantia van zaterdag 15 september 2013.

3.2 Accijnstarieven in Nederland

De “Grenseffecten rapportage” is kort voor of op Prinsjesdag 2013 gepubliceerd en bevat een overzicht van de accijnstarieven (zie bladzijde 6 voor gedistilleerde drank). Het betreft hier echter “verouderde accijnstarieven”, gebaseerd op het Begrotingsakkoord 2013.

BESCHOUWING: Het rapport vormt de beantwoording van Kamervragen gesteld in maart 2013. De exacte publicatiedatum van het rapport kon niet worden nagegaan. Details zoals logo, colofon, verschijningsdatum of afdeling ontbreken. Vanuit die optiek lijkt het meer een (interne?) notitie te zijn. Op internet is de publicatie – zie hiervoor rijkskoverheid.nl – gedateerd op 17 september 2013, dus op Prinsjesdag.

Mogelijk is het rapport al eerder beschikbaar gesteld aan de Kamerleden die destijds (maart 2013) vragen hebben gesteld. Dat kan een verklaring zijn voor de verouderde accijnstarieven waarnaar verwezen wordt. Echter verderop in het rapport (zie bladzijde 7, onder kopje accijnsverhoging in de buurlanden) staat geschreven: “Per 5 augustus zijn in België...”. Zijn, niet worden.

Het lijkt erop dat het rapport pas in augustus of september 2013 is afgerond. Dat wekt verbazing. Als dan toch een half jaar is uitgetrokken voor deze rapportage, dan had publicatie evengoed uitgesteld kunnen worden tot na Prinsjesdag en voorzien worden van up-to-date informatie.

3.3 Accijnstarieven in vergelijking met buurlanden

In het rapport wordt gemeld (onderaan bladzijde 6) dat accijnsdruk zich niet per se vertaalt in een verkoopprijsverschil. Voor een eventueel grenseffect is ook de productprijs in verhouding tot zijn volume van belang.

BESCHOUWING: De verkoopprijs wordt, naast accijns en BTW, bepaald door productiekosten, transportkosten en handelsmarges. Een hoger accijnstarief of BTW-tarief, resulteert dus in een hogere verkoopprijs. Alleen door goedkopere productie en transport, of door lagere marges, kan dat worden gecompenseerd. De accijnsverhoging komt in zo'n geval ten laste van fabrikant, tussenhandel en detailhandel. Als deze de accijnsverhoging niet willen of kunnen dragen, komt alles ten laste van de consument.

Het rapport stelt onterecht dat een accijnsverschil zich niet hoeft te vertalen in een verschil in verkoopprijs. Door het accijnstarief (en/of het BTW-tarief) te verhogen zal de verkoopprijs altijd toenemen. Als de verkoopprijs desondanks toch ongewijzigd blijft, dan legt iemand toe: consument, producent, transporteur en/of detailhandel.

Voor een eventueel grenseffect speelt de verhouding tussen de verschilprijs van een product (Nederland versus buurland) en het productvolume een rol. Immers, de verschilprijs vermenigvuldigt met het aantal eenheden of volume bepaalt de uiteindelijke besparing.

Ook de relatieve besparing (percentage), dat wil zeggen de verhouding tussen aankoopbedrag en het bespaarde, speelt een rol in koopgedrag. In het rapport wordt gemeld dat om die reden een grenseffect eerder kan of zal optreden bij bijvoorbeeld gedistilleerde drank dan bij bier.

Het rapport gaat simpelweg uit van aankoop van een enkele fles gedistilleerd voor de consument. Af en toe. In de redering blijven de combinatie met de wekelijkse boodschappen, andere producten kopen of inslaan (zoals brandstof tanken) geheel buiten beeld. Dat is niet reëel. Het is waarschijnlijker dat consumenten hun nut optimaliseren: dus hun aankopen combineren en/of voor een extra hoeveelheid (voorraad) kiezen.

Uiteindelijk is de totale besparing voor een consument van belang. Door ook andere goedkope producten (bijvoorbeeld brandstof) over de grens te kopen, kan de besparing toenemen. Het rapport lijkt die mogelijkheid te negeren.

3.4 Verkoopprijzen in Nederland en omliggende landen

De verkoopprijs en de productprijs exclusief staatsopbrengsten (accijns, BTW) worden voor enkele landen met elkaar vergeleken. In het rapport is gekozen voor tabak als voorbeeld, omdat de verkoopprijzen daarvan zijn vastgesteld door de fabrikant en duidelijk op de verpakking staan. Zo'n prijsvergelijkingonderzoek is lastiger voor gedistilleerde drank, omdat daar geen sprake is van een vaste verkoopprijs. Het rapport toont (zie bladzijde 8) grote prijsverschillen tussen naburige landen voor tabaksproducten. Deze prijsverschillen blijken niet alleen door verschillen in accijns en BTW te worden veroorzaakt.

BESCHOUWING: De productprijzen na aftrek van accijns en BTW, omvatten vooral productie- en transportkosten, bedrijfskosten en handelsmarges. Welvaart in een land, loonkosten en dergelijke zullen debet zijn aan de verschillen. Dat is een gegeven situatie. Accijnzen verhogen, aldus productprijzen verhogen en vervolgens de accijnsverhoging rechtvaardigen door te wijzen naar fundamentele prijsverschillen (van productie tot detailhandel) is een vreemde redenering.

Het rapport stelt dat de aanschafprijs op gedistilleerd in België vaak lager ligt dan in Nederland, ondanks het hogere accijnstarief. Als verklaring daarvoor wordt gesuggereerd dat in Nederland meer marge wordt genomen. Dat is mogelijk. Maar het kan ook andere oorzaken hebben: loonpeil, bedrijfskosten, distributienetwerk enz. Dat is niet nader onderzocht. De conclusie is daarom voorbarig.

Op bladzijde 9 wordt aandacht besteed aan gedistilleerde drank. Gemeld wordt dat de accijnstarieven op gedistilleerd in België "aanzienlijk hoger" zijn, en de verkoopprijs vaak lager ligt dan in Nederland. Die uitspraak is gechargeerd. Er zijn accijnsverschillen tussen beide landen. In 2013 bedraagt het verschil bijna 4,7% in het voordeel van Nederland: € 16,74 versus € 17,52 per liter pure alcohol. En in 2014 zal het verschil € 0,68 per liter pure alcohol zijn. Als het huidige accijnsverschil (in 2013 € 0,78) teruggerekend wordt naar een fles gedistilleerde drank, dan draagt dit bij aan een verkoopprijsverschil in de orde van € 0,20 á € 0,25 per fles op consumptiesterkte.

Voor een consument speelt de aankoopprijs een rol. Hoe groter het prijsverschil des te groter de kans dat voor het goedkoopste aanbod wordt gekozen. Hij let niet op accijnzen, bedrijfskosten en/of marges. De kassaprijs is belangrijk.

3.5 Consumptie

Er wordt een tabel getoond (bladzijde 10) waarin de consumptie van sigaretten en rooktabak in enkele landen met elkaar wordt vergeleken. Opgemerkt wordt dat het aandeel rokers per land kan verschillen, evenals hun tabaksconsumptie.

BESCHOUWING: De genoemde tabel laat zeer grote verschillen zien. Vooral de aankoopomvang per hoofd in Luxemburg is opvallend. Geconcludeerd wordt in het rapport dat veel rookwaar in Luxemburg door buitenlanders wordt gekocht vanwege de veel lagere verkoopprijs aldaar. Met andere woorden: in het rapport wordt geconcludeerd dat prijsverschillen consumenten ertoe kunnen verleiden elders (buitenland) hun aankoop te doen.

Het rapport concludeert dat prijsverschillen kunnen leiden tot aankoop elders ("prijseffecten"). Onduidelijk is waarom grenseffecten niet nader onderzocht zijn of worden. De afzet van binnenlands gedistilleerde drank lijkt, zeker in enkele grensstreken, af te nemen¹¹. En net over de grens in Duitsland neemt de afzet en het aantal borrelshops juist toe.

In de laatste alinea van bladzijde 10 wordt gekeken naar België. Geconcludeerd wordt dat de toegenomen hoofdelijke tabaksconsumptie in België niet zondermeer kan worden toegewezen aan een aankooptoenname door buitenlanders. Weliswaar is er een zeer duidelijk prijsverschil (in Nederland zijn sigaretten 20% duurder en is shag 41% duurder), maar die verkooptoenname zou volgens het rapport ook kunnen komen doordat in België steeds meer wordt gerookt. En dus stelt het rapport: harde conclusies over de aankoop vanuit Nederland kunnen niet worden getrokken. Dat klopt. De gepresenteerde gegevens zijn onvoldoende om harde conclusies te kunnen trekken. Maar wel "zachte".

Over 2011-2012 neemt de verkoop in België toe: sigaretten 13% en shag 10%. In Nederland is juist sprake van een omgekeerde trend: 3%, respectievelijk 1% daling. Is het reëel om een dergelijk flinke verkooptoenname in België vooral aan binnenlandse consumptie (dus: toenemend rookgedrag) toe te schrijven? Is het waarschijnlijk dat ook – of misschien juist – het prijsverschil hier ook een rol speelt? De verkoopprijs in Nederland ligt 20% (sigaretten) á 41% hoger (shag).

De gevolgen van de accijnsverhoging in 2002 voor gedistilleerde drank en het negatieve effect daarvan op de staatsopbrengsten en de verkoopomzet, lijkt het ministerie alweer vergeten te zijn. Het spreekt zijn visie in elk geval tegen.

¹¹ = Zie: Drinks Slijtersvakblad, oktober 2013.

3.6 Recente publicaties

Het rapport verwijst (bladzijde 11) naar publicaties en ontwikkelrichtingen van de markt. Als de omzet in een grensstreek sterker daalt dan elders in Nederland, dan wijzen enkele publicaties dat toe aan het grenseffect als gevolg van een hogere verkoopprijs. Het rapport stelt dat omzetzdaling daarentegen ook andere oorzaken kan hebben.

BESCHOUWING: Het klopt dat omzetzdaling ook andere oorzaken kan hebben. Zo noemt het rapport bijvoorbeeld toename van de illegale handel. Dat is een mogelijkheid. Merk op dat illegale drankhandel lucratiever wordt naarmate de verkoopprijsverschillen toenemen. Anders gezegd: overheidsmaatregelen zoals accijnsverhoging werken hier bevorderend.

Commerciële illegale handel begint bij de grens, en de goederen verspreiden zich daarna over het hele land. Deze handel kan zeer omvangrijk zijn en zelfs merkbaar zijn in de totale afzet. Ongedeclareerde buitenlandse aankopen hebben daarentegen weinig effect op de totale binnenlandse afzet. Het betreft vooral particulieren die producten kopen voor eigen gebruik en die ook zelf vervoeren.

Enkele publicaties waarnaar het rapport verwijst, zijn gebaseerd op een consumenten-enquête. In het rapport wordt terecht opgemerkt dat uitspraken in zo'n geval vooral betrekking hebben op de onderzochte regio. Daarnaast is het rapport kritisch over het aantal deelnemers aan die consumenten-enquêtes. Die moet voldoende omvangrijk zijn voordat uitspraken kunnen worden gedaan. Wij kunnen ons daarin vinden.

Voor gedegen onderzoek is voldoende data nodig, en representatieve data. Een enquête met weinig deelnemers kan hooguit indicatief of beeldvormend zijn.

Het rapport poogt grenseffecten te marginaliseren. Zo wordt gewezen op de verkoop van tabaksproducten. Die blijkt in de grensstreek gedaald: 14% nabij België en 12% nabij Duitsland. Onderzoek door het ministerie heeft aangetoond dat ook elders in Nederland, ook op locaties die veraf liggen van de grens, sprake is van een daling (9% á 12%) en weerlegt op die wijze een eventueel grenseffect. De verschillen kunnen immers ook een andere oorzaak hebben. Maar is dat wel zo?

Waarom zou consumptie daar anders zijn? Het rapport vermeldt op bladzijde 8 dat de verkoopprijzen in België en Duitsland flink lager zijn. Indirect bewijst het rapport dus dat grenseffecten bestaan.

3.7 Gerealiseerde opbrengsten

Het rapport geeft (bladzijde 12) voor een aantal producten een beeld van de staatsopbrengsten en de ontwikkeling daarin. De daling van staatsopbrengsten wordt onder andere toegewezen aan een achteruitgang in de algehele consumptieve bestedingen, reacties op accijnsverhoging, aankoop tegen oud tarief, substitutie en overige effecten (waaronder grenseffecten).

BESCHOUWING: Voor gedistilleerde drank wordt toegegeven (bladzijde 14) dat de verkoop in 2013, tot op heden, ongeveer 3% achter blijft ten opzichte van 2012. Er wordt voornamelijk gewezen op de economische achteruitgang. Op de mate van samenhang tussen economische achteruitgang en afzetafname van gedistilleerde drank, wordt niet ingegaan.

De economische achteruitgang kan een oorzaak zijn. Maar evenzo goed het "prijseffect": hogere verkoopprijs, dan minder afzet. Het prijseffect komt ter sprake in hoofdstuk 4, waarin op basis van de hogere verkoopprijs en de prijselasticiteit een schatting van de afzetafname wordt gemaakt.

3.8 Conclusie

Het rapport stelt (zie bladzijde 16, conclusies) dat grenseffecten amper een rol spelen: de gepresenteerde cijfers geven daartoe geen aanleiding. En daar waar sprake is van tegenvallende staatsopbrengsten, zal het effect beperkt zijn. Zo ontwikkelen de accijnsopbrengsten van bijvoorbeeld gedistilleerde drank zich ruwweg conform de raming van het ministerie, wordt geschreven.

BESCHOUWING: Het rapport kijkt vooral naar staatsopbrengsten. De effecten voor de slijterbranche (afzet, omzet, werkgelegenheid) blijven onderbelicht. Ook wordt alleen gekeken naar losse producten. Gecombineerde productaanschaf (zoals wekelijkse boodschappen, tank vullen) wordt genegeerd.

In het rapport wordt gesteld dat gedragseffecten (zie bladzijde 13), in casu productaankoop over de grens door een lagere winkelprijs aldaar, vaak niet structureel van aard zijn. Voor een enkel product of kleine volumes, is dergelijk consumentengedrag waargenomen en verklaarbaar.

Belangrijk voor een onderzoek naar het grenseffect is de afzet. Dat is een goede indicator. Er is altijd een prijseffect: een verkoopprijsverhoging zal leiden tot afzetafname. In het volgende hoofdstuk rekenen wij daarom de afzetafname in Nederland door, en leiden daarvan de staatsopbrengsten af. En als er sprake is van afname, dan zal die vanwege het prijseffect vooral in de grensstreek spelen.

In het rapport wordt voorbij gegaan aan "nut" maximalisatie. Na verschillende accijnsverhogingen (en 2% hogere BTW in Nederland) zijn er in Duitsland veel producten te koop met een lagere winkelprijs. Die combineren (zoals wekelijkse boodschappen, tanken) werkt versterkend. Consumentenvoordeel werkt hier cumulatief.

4 Staatsopbrengsten

In dit hoofdstuk geven wij een inschatting van de te verwachten accijnsopbrengsten in 2014. Daarbij is uitgegaan van een 5,75% accijnstoename per 1 januari 2014. De rekenopzet is geheel analoog aan de methodiek toegepast in ons onderzoek¹² uit juni 2013.

Bij de uitvoering daarvan is data gebruikt, afkomstig van het CBS (Centraal Bureau voor de Statistiek) en het Ministerie van Financiën, alsook van data zoals die door het HBD (Hoofdbedrijfschap Detailhandel), door het PDCG (Productschap Dranken Commissie Gedistilleerd) en de Koninklijke SlijtersUnie beschikbaar zijn gesteld.

■ UITGANGSPUNTEN

Grondslag voor de uitgevoerde opbrengstberekeningen vormen de prijselasticiteit zoals die in juni 2013 zijn afgeleid en toegepast. Die studie toonde een verband aan tussen enerzijds de gemiddelde verkoopprijs van een fles gedistilleerd, en anderzijds de totale afzet ervan: naarmate de verkoopprijs toeneemt, vertoont de afzet een dalende trend. Gebruikmakend van historische gegevens is de zogenoemde prijselasticiteit bepaald. Effecten zoals prijsinflatie en een verschuiving van drankvoorkeur zijn niet beschouwd.

■ SAMENVATING ONDERZOEK PRIJSELASTICITEIT

In het destijds (juni 2013) uitgevoerde onderzoek is de prijselasticiteit op de volgende wijzen onderzocht:

- regressieanalyse: dit had tot doel aan te tonen dat er een significante relatie bestaat tussen de afzet en verkoopprijs van gedistilleerde drank;
- bepalen van de puntprijselasticiteit.

Via regressieanalyse is de periode 1976-2012 onderzocht. Imagoverandering en trendgevoeligheid van een product kunnen, het betreft hier een periode van meer dan drie decennia, een grote rol spelen. Recente data heeft in de analyse daarom een zwaarder gewicht gekregen. Dat wil zeggen: daar is meer belang aan gehecht.

Aangetoond is dat er een verband bestaat tussen de totale afzet van gedistilleerd en de verandering van de gemiddelde verkoopprijs. De zogenoemde $\text{adj}R^2$ kwam uit op 0,84: dat wil zeggen dat 84% van de variatie in de afzet door de verkoopprijs wordt verklaard. Het verband is dus groot. Het onderlinge verband blijkt verder, conform verwachting, negatief. Anders gezegd: een toename van de verkoopprijs resulteert in een afname van de afzet. Het is belangrijk dat een duidelijk verband is aangetoond, en dat sprake is van een zogenoemde negatieve elasticiteit.

¹² = "Effecten accijnsverhoging gedistilleerde dranken", Panteia (juni 2013).

De prijselasticiteit per jaar, de zogenoemde puntprijselasticiteit, wordt berekend op basis van de verandering in de afzet en de verandering in de gemiddelde verkoopprijs. Omdat zo'n puntprijselasticiteit jaarschommelingen vertoont, is de prijselasticiteit berekend als het gemiddelde over 1977-2012. Ook hier is weging toegepast: recente waarden van de puntprijselasticiteit hebben een zwaarder gewicht gekregen. De prijselasticiteit kwam aldus op -1,34 uit. Deze negatieve waarde correspondeert met de bevindingen van regressieanalyse. Een negatieve waarde geeft aan dat de beweging van prijs en afzet tegengesteld is. In het onderhavige geval betekent dit dat bij een prijsstijging van 1% een terugval in het consumptievolume van 1,34% kan worden verwacht.

■ VERANDERINGEN

De effecten voor 2013 als gevolg van accijnsverhoging¹³ in januari 2013 en de BTW-verhoging (van 19% naar 21%) per oktober 2012, zijn dezelfde als in het onderzoek van juni 2013 zijn berekend. Voor 2013 verandert namelijk niets, voor 2014 veranderen de staatsopbrengsten wel. In de berekening over 2014 is het accijnstarief¹⁴ zoals op Prinsjesdag 2013 bekend is gemaakt van toepassing.

Uitgangspunt is dat prijsverhogingen volledig ten laste komen van de consument en dat het consumptiegedrag onveranderd blijft. Er treedt dus geen productsubstitutie of smaakverandering op. Evenals in het onderzoek uit juni 2013 blijft ook inflatie buiten beschouwing. Om een cijfermatige vergelijking met ons onderzoek uit juni 2013 te vergemakkelijken, zal de opzet van de hoofdtabellen gelijk van opzet blijven.

4.1 Prijsverandering voor de consument

De prijsverandering kan berekend worden aan de hand van de geldende accijns- en BTW-tarieven. Voor 2013 resulteert dat in € 1,39 duurder, per liter pure alcohol, ten opzichte van 2012. Zie eventueel de juni 2013 rapportage. In 2014 komt daar € 1,11 bij, zodat ten opzichte van 2012 het verschil € 2,50 is (zie tabel 1).

Tabel 1: Berekening prijsstijging per liter pure alcohol

<i>Vergelijking:</i>	<i>Berekening:</i>	<i>Prijsstijging/liter pure alcohol:</i>
2012 → 2013	€ 15,94*121% - € 15,04*119%	€ 1,39
2013 → 2014	€ 16,86*121% - € 15,94*121%	€ 1,11
2012 → 2014	€ 16,86*121% - € 15,04*119%	€ 2,50

Bron: Panteia, 2013

¹³ = Van € 15,04 naar € 15,94 per liter pure alcohol per januari 2013.

¹⁴ = Van € 15,94 naar € 16,86 per pure liter alcohol per januari 2014.

Deze prijsstijging betreft de prijs van een liter pure alcohol. Dit wordt vervolgens omgerekend naar een prijsstijging voor gedistilleerd op consumptiesterkte¹⁵ en vervolgens gerelateerd aan de gemiddelde verkoopprijs in het eraan voorafgaande jaar. Dat resulteert in de volgende tabel.

Tabel 2: Berekening prijsstijging per fles

<i>Vergelijking:</i>	<i>Prijsstijging/liter pure alcohol:</i>	<i>Prijsstijging/fles:</i>
2012 → 2013	€ 1,39	3,1%
2013 → 2014	€ 1,11	2,4%
2012 → 2014	€ 2,50	5,5%

Bron: Panteia, 2013

Consumenten ondervinden dus in 2014 ten opzichte van 2012 een gemiddelde prijsstijging met 5,5% per fles gedistilleerde drank op consumptiesterkte.

4.2 Verandering in afzet en consumptie

Aan de hand van prijselasticiteit (-1,34) kan, op basis van de in de vorige tabel bepaalde prijsstijging voor consumenten, de afzetafname van gedistilleerd geschat worden ten opzichte van een situatie waarin geen sprake zou zijn van prijsstijging. De afzetafname in 2014 wordt gerelateerd aan die over 2013. De afzet wordt getoond in de volgende tabel, en betreft liters pure alcohol en liters alcohol op consumentensterkte.

Tabel 3: Afzetschatting (hectoliter pure alcohol) op basis van prijselasticiteit

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afname afzetvolume:</i>	<i>Afzetvolume (in hectoliter) gemeten in</i>	
		<i>Pure alcohol:</i>	<i>Consumptiesterkte:</i>
2012	--	210.900	649.357
2012 → 2013	-4,1%	202.250	622.733
2013 → 2014	-3,2%	195.750	602.716
2012 → 2014	-7,7%		

Bron: Panteia, 2013

De afzetafname voor 2013 en 2014 tezamen komt uit op 1,5 miljoen liter pure alcohol, namelijk 201.900-195.750 hectoliter. Dit komt overeen met 4,7 miljoen liter alcohol op consumptiesterkte (zie tabel 4). De afname van het afzetvolume is een goede indicator voor de gang van zaken in de slijterbranche.

¹⁵ = De ratio tussen jaarafzet gemeten in liters pure alcohol en die gemeten in alcohol op consumptiesterkte levert de omrekeningsfactor.

Tabel 4: Afzet- en consumptiedaling ten opzichte van 2012

<i>Daling afzetvolume (in hectoliter) gemeten in</i>		
<i>Vergelijking:</i>	<i>Pure alcohol:</i>	<i>Consumptiesterkte:</i>
2012 → 2013	8.650	26.624
2013 → 2014	6.500	20.017
2012 → 2014	15.150	46.641

Bron: Panteia, 2013

4.3 Verandering bestedingen consumenten

In juni 2013 is gebruik gemaakt van voorhanden informatie over de afzet en de verkoopprijs van enkele prominente producten: whisky, jenever, vieux en likeur. Op basis van die gegevens is de afname van het afzetvolume, uitgedrukt in liters alcohol op consumptiesterkte, omgerekend naar een bestedingsafname door consumenten.

Tabel 5: Afname bestedingen door consumenten

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afname alcoholvolume op consumptiesterkte:</i>	<i>op</i>	<i>Afname bestedingen:</i>
2012 → 2013	26.624	hectoliter	€ 40,1 miljoen
2013 → 2014	20.017	hectoliter	€ 30,9 miljoen
2012 → 2014	46.641	hectoliter	€ 70,9 miljoen

Bron: Panteia, 2013

De bestedingen zullen in 2014 met bijna € 31 miljoen teruglopen. Over 2013 en 2014 tezamen wordt de bestedingsafname, ten opzichte van 2012, op bijna € 71 miljoen geschat.

4.4 Verandering accijnsopbrengsten

De accijnsafdracht wordt op vergelijkbare wijze bepaald. De volgende tabel toont, met als basis het verminderde afzetvolume door de prijsstijging van gedistilleerde drank, een overzicht van de niet-gerealiseerde accijnsopbrengsten: tezamen over 2013 plus 2014 betreft het € 24,5 miljoen.

Tabel 6: Niet-gerealiseerde accijnsopbrengsten door afzetvermindering

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afname consumptiesterkte:</i>	<i>alcoholvolume</i>	<i>op</i>	<i>Niet-gerealiseerde accijnsopbrengsten:</i>
2012 → 2013	26.624	hectoliter		€ 13,7 miljoen
2013 → 2014	20.017	hectoliter		€ 10,9 miljoen
2012 → 2014	46.641	hectoliter		€ 24,5 miljoen

Bron: Panteia, 2013

Naast deze niet-gerealiseerde accijnsopbrengsten (door lagere alcoholafname), zijn er accijnsopbrengsten door verkoop van wel geconsumeerde gedistilleerde drank. De accijnstariefteename resulteert in een hogere accijnsopbrengst voor de gerealiseerde afzet, zie de volgende tabel.

Tabel 7: Verwachte extra accijnsopbrengsten door toepassing hoger accijnstarief

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afzet consumptiesterkte:</i>	<i>alcoholvolume</i>	<i>op</i>	<i>Verwachte accijnsopbrengsten:</i>	<i>extra</i>
2012	649.357	hectoliter		referentiesituatie	
2012 → 2013	622.733	hectoliter		€ 5,4 miljoen	
2012 → 2014	602.716	hectoliter		€ 12,9 miljoen	

Bron: Panteia, 2013

Tabel 8 toont de overall accijnsopbrengsten. Over 2013 en 2014 tezamen komen de accijnsopbrengsten € 11,6 miljoen lager uit. Dit is een gevolg van de lagere afzet.

Tabel 8: Overall overzicht accijnsopbrengsten ten opzichte van 2012

<i>Vergelijking:</i>	<i>Niet-gerealiseerd:</i>	<i>Verwachte opbrengst:</i>	<i>Overall verandering:</i>
2012 → 2013	€ 13,7 miljoen	€ 5,4 miljoen	- € 8,3 miljoen
2012 → 2014	€ 24,5 miljoen	€ 12,9 miljoen	- € 11,6 miljoen

Bron: Panteia, 2013

4.5 Verandering BTW-opbrengsten

Op analoge wijze als bij accijnzen kan de verandering aan BTW-opbrengsten worden bepaald. Door een lagere afzet is sprake van niet-gerealiseerde BTW-opbrengsten (tabel 9). Over 2013 en 2014 tezamen bedragen die € 12,3 miljoen.

Tabel 9: Niet-gerealiseerde BTW-opbrengsten door afzetvermindering

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afname consumptiesterkte:</i>	<i>alcoholvolume</i>	<i>op Niet-gerealiseerde BTW-opbrengsten:</i>
2012 → 2013	26.624	hectoliter	€ 6,9 miljoen
2013 → 2014	20.017	hectoliter	€ 5,3 miljoen
2012 → 2014	46.641	hectoliter	€ 12,3 miljoen

Bron: Panteia, 2013

Hier tegenover staan opbrengsten door verkoop van wel geconsumeerde drank. In najaar 2012 is het BTW-tarief naar 21% gegaan. Ook de hogere accijns-tarieven zijn daaraan onderhevig. De volgende tabel 10 toont het verschil in BTW-opbrengsten in vergelijking met 2012. Dit komt uit op € 8,8 miljoen voor 2013 en 2014 tezamen.

Tabel 10: Verwachte extra BTW-opbrengsten

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afzet consumptiesterkte:</i>	<i>alcoholvolume</i>	<i>op Te verwachten extra BTW-opbrengsten:</i>
2012	649.357	hectoliter	referentiesituatie
2012 → 2013	622.733	hectoliter	€ 10,7 miljoen
2012 → 2014	602.716	hectoliter	€ 8,8 miljoen

Bron: Panteia, 2013

In de volgende tabel staan de overall BTW-opbrengsten vermeld. Over 2013 plus 2014 komen deze uit op € 3,5 miljoen minder.

Tabel 11: Overall overzicht BTW-opbrengsten ten opzichte van 2012

<i>Vergelijking:</i>	<i>Niet-gerealiseerd:</i>	<i>Verwachte opbrengst:</i>	<i>extra Overall verandering:</i>
2012 → 2013	€ 6,9 miljoen	€ 10,7 miljoen	€ 3,8 miljoen
2012 → 2014	€ 12,3 miljoen	€ 8,8 miljoen	- € 3,5 miljoen

Bron: Panteia, 2013

4.6 Opbrengstverandering voor de overheid

De totale opbrengstverandering voor de overheid volgt uit tabel 8 (accijns) en tabel 11 (BTW), en valt over 2013 en 2014 tezamen € 15,1 miljoen lager uit.

Tabel 12: Overall verandering van opbrengsten ten opzichte van 2012

<i>Overall opbrengsten voor overheid:</i>			
<i>Vergelijking:</i>	<i>Accijns:</i>	<i>BTW:</i>	<i>Overall verandering:</i>
2012 → 2013	- € 8,3 miljoen	€ 3,8 miljoen	- € 4,5 miljoen
2012 → 2014	- € 11,6 miljoen	- € 3,5 miljoen	- € 15,1 miljoen

Bron: Panteia, 2013

In de berekeningen is verondersteld dat geen substitutie plaatsvindt naar niet-gedistilleerde producten (bijvoorbeeld wijn), ondanks de toegenomen verkoopprijzen. Opgemerkt wordt verder dat in deze berekeningen de accijnsverhoging volledig wordt doorberekend aan de consument.

Iets vergelijkbaars gebeurde in 2002 toen de accijns op gedistilleerde dranken werd verhoogd. Het resultaat daarvan was een afname van staatsopbrengsten¹⁶. De economische theorie zegt dat prijsverhogingen tot afzetafname leiden in het binnenland. Mogelijk is dat consumenten hun drank elders gaan halen, waar de verkoopprijs voor hun acceptabel is. In het buitenland bijvoorbeeld of via illegale kanalen¹⁷.

¹⁶ = Klaas Bangma (Panteia) in Trouw, uitgave vrijdag 25 oktober 2013.

¹⁷ = Fred de Raay (hoogleraar financieel gedrag van consumenten) in Trouw, uitgave vrijdag 25 oktober 2013.

5 Verandering voor slijterijen

Deze paragraaf behandelt de arbeidselasticiteit. Dit is een indicator voor de vraagelasticiteit naar arbeid. In het in juni 2013 door ons uitgevoerde onderzoek is onderzocht of het afnemende aantal verkooppunten, en daarmee de werkgelegenheid in deze branche, samenhang vertoont met de prijsstijging. De sterkte van de relatie is bepaald met regressieanalyse. Dat resulteerde in een zogenoemde $\text{adj}R^2$ met waarde 0,60: dat wil zeggen dat 60% van de variatie in aantal verkooppunten door de verkoopprijsverandering wordt verklaard. Een en ander leidt tot de verwachting dat een (verdere) stijging van de verkoopprijs, tot (verdere) afname van het aantal verkooppunten en werkgelegenheid kan leiden.

5.1 Verandering bedrijfsopbrengst

De te verwachten bedrijfsopbrengstvermindering in Nederland kan geschat worden op basis van het verminderde afzetvolume. De niet-gerealiseerde bedrijfsopbrengsten uit de volgende tabel zijn inclusief accijns maar exclusief BTW.

Tabel 13: Niet-gerealiseerde bedrijfsopbrengst

<i>Vergelijking:</i>	<i>Afname consumptiesterkte:</i>	<i>alcoholvolume</i>	<i>op Niet-gerealiseerde Nederlandse bedrijfsopbrengst:</i>
2012 → 2013	26.624	hectoliter	€ 33,1 miljoen
2013 → 2014	20.017	hectoliter	€ 25,5 miljoen
2012 → 2014	46.641	hectoliter	€ 58,7 miljoen

NB: bedragen inclusief accijns maar exclusief BTW

Bron: Panteia, 2013

Er zijn in Nederland 2.820 verkooppunten van gedistilleerde drank gevestigd (zie hiervoor het onderzoek uit juni 2013), inclusief verkooppunten die onderdeel zijn van een supermarkt. De gemiddelde bedrijfsopbrengstafname komt daarmee uit op € 11.740 per vestiging in 2013. Daar bovenop komt de afname van € 9.045 in 2014. De totale afname over 2013 en 2014, vergeleken met 2012, bedraagt dus ongeveer € 20.800 per vestiging.

5.2 Verandering arbeidsproductie en werkgelegenheid

Gemiddeld genomen hebben slijterijen 1,6 medewerker in voltijd loondienst (zie CBS-Statline Benchmarkgegevens). De gemiddelde arbeidsproductiviteit per voltijd betaalde medewerker bedraagt ongeveer € 214.000 inclusief accijns maar exclusief BTW. De geschatte bedrijfsopbrengstvermindering (tabel 13) komt dus neer op een verlies van ruwweg 274 (€ 58,7 miljoen / € 214.000) voltijd banen over 2013 en 2014 tezamen.

Tabel 14: Verwachting banenverlies

<i>Vergelijking:</i>	<i>Niet-gerealiseerde bedrijfsopbrengst:</i>	<i>Verwachting verlies in voltijd banen:</i>
2012 → 2013	€ 33,1 miljoen	155
2013 → 2014	€ 25,5 miljoen	119
2012 → 2014	€ 58,7 miljoen	274

Bron: Panteia, 2013

Veronderstel dat een ondernemer en zijn partner in voltijd werken, naast hun loondienstmedewerkers (gemiddeld 1,6 voltijd). Een gemiddelde slijterijvestiging biedt aldus werk aan ongeveer 3,5 voltijd personen. Het geschatte banenverlies (zie tabel 14) kan dus ook vertaald worden in het sluiten van om en nabij 78 slijterijen.

5.3 Conclusies

De afzetafname leidt tot lagere bedrijfsopbrengsten: gemiddeld € 20.800 per slijterij over 2013 en 2014 tezamen. Dat leidt weer tot een verlies van ongeveer 274 voltijd banen.

Voor de overheid betekent het dat, naast de lagere staatsopbrengsten, ook de werkeloosheidskosten door banenverlies in de slijterbranche door haar gedragen zal moeten worden.

6 Afsluiting

Voor de slijterbranche is de afzetomvang (consumptie) van belang. Die bepaalt uiteindelijk haar omzet en winst. Een afname van afzet drukt de omzet en winst, en brengt vervolgens de werkgelegenheid van de ondernemer en het personeel in gevaar.

De "Grenseffecten rapportage" richt zich echter vooral op staatsinkomsten, en minder op afzet of consumptie. Producten en hun verkoopprijstoenamen worden geïsoleerd bestudeerd. Omzetvermindering wordt gemarginaliseerd door een veelheid aan (mogelijke, maar niet nader onderzochte) oorzaken aan te wijzen.

Het geïsoleerd bestuderen van producten is hier vreemd. Door verschillende prijsstijgingen (accijns, BTW) zijn in bijvoorbeeld Duitsland veel producten goedkoper: bijvoorbeeld gedistilleerde drank en brandstof. Onderzoek door het ministerie naar combinatieaankopen – bijvoorbeeld wekelijkse boodschappen plus tanken – had daarom voor de hand gelegen tijdens het opstellen van de "Grenseffecten rapportage".

Voor de slijterbranche is het van belang dat aangetoond of zeer aannemelijk gemaakt kan worden, dat over de grens gecombineerd aankopen doen een realiteit is. Dat ondergraaft namelijk veel conclusies uit de "Grenseffecten rapportage" waarin producten geïsoleerd worden beschouwd. Zo'n onderzoek is overigens ook voor andere sectoren die grenseffecten ondervinden van belang.

Gecombineerde aankopen zullen ook producten omvatten die in beide landen even duur zijn. Immers de consument maximaliseert zijn nut. Waarom ook nog naar een andere winkel gaan, voor dezelfde winkelprijs?

In de "Grenseffecten rapportage" worden producten separaat beschouwd. De getoonde effecten zijn soms beperkt of worden door het noemen van andere mogelijke oorzaken (zoals economische achteruitgang) ter zijde geschoven. Maar gelden die argumenten ook bij combinatieaankopen? Hoe omvangrijk is het totale grenseffect voor al die producten tezamen?

Aanbevolen wordt een indicatief onderzoek te laten uitvoeren naar de omvang en frequentie van gecombineerde aankopen door Nederlandse consumenten in een buurland, bijvoorbeeld Duitsland. Dat biedt duidelijk inzicht in de misgelopen staatsopbrengsten. Mogelijke oorzaken (bijvoorbeeld economische achteruitgang, illegale handel, prijseffecten) die het ministerie heeft aangedragen als verweer, zijn dan niet van toepassing. Alle waargenomen aankopen over de grens vallen nu onder "grenseffect". De opzet (geografische spreiding) en de omvang (waarnemingen) van het onderzoek bepalen de uiteindelijke "hardheid" van het resultaat.

Door accijnsverhoging ondervindt gedistilleerde drank afzetafname (hoofdstuk 4). Deze afname is zodanig dat de staatsopbrengsten lager uitvallen dan voorzien door het kabinet. Tevens zal de afzetafname nadelige gevolgen hebben voor de werkgelegenheid in de slijterbranche (hoofdstuk 5). Voor de overheid betekent dit dat zij ook de werkloosheidskosten door banenverlies zal moeten dragen.