



Panteia

Research to Progress

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



Gevolgen belastinghervorming voor de detailhandel

Klaas Bangma, Pieter Fris en Wim Verhoeven

Zoetermeer, 17 juli 2015

De verantwoordelijkheid voor de inhoud berust bij Panteia. Het gebruik van cijfers en/of teksten als toelichting of ondersteuning in artikelen, scripties en boeken is toegestaan mits de bron duidelijk wordt vermeld. Vermenigvuldigen en/of openbaarmaking in welke vorm ook, alsmede opslag in een retrieval system, is uitsluitend toegestaan na schriftelijke toestemming van Panteia. Panteia aanvaardt geen aansprakelijkheid voor drukfouten en/of andere onvolkomenheden.

The responsibility for the contents of this report lies with Panteia. Quoting numbers or text in papers, essays and books is permitted only when the source is clearly mentioned. No part of this publication may be copied and/or published in any form or by any means, or stored in a retrieval system, without the prior written permission of Panteia. Panteia does not accept responsibility for printing errors and/or other imperfections.

Inhoudsopgave

Samenvatting en conclusies	5
1 Inleiding	9
1.1 Aanleiding	9
1.2 Beleidscontext van het onderzoek	10
1.3 Aanpak	10
1.4 Begeleidingscommissie	11
1.5 Leeswijzer	11
2 Directe effecten van een verandering van de lasten op arbeid	13
2.1 Inleiding	13
2.2 Omvang en samenstelling werknemersbestand	13
2.3 Loonkosten en omzet in detailhandel naar sector	15
2.4 Effect verlaging werkgeverswig op de loonkosten naar sector en de verschillende werknemerstypen	17
3 Directe effecten van een BTW-verandering	21
3.1 Inleiding	21
3.2 Omvang van de BTW-opbrengst in de detailhandel in 2015	21
3.3 Prijsgevoeligheid	21
3.4 Effecten verhogen lage BTW-tarief	23
3.5 Grenseffecten	24
3.6 Effect verlaging hoge BTW-tarief en verhoging lage BTW-tarief	25
3.7 Verlaging loon- en inkomstenbelasting met 1 miljard euro	28
4 Btw- en loonkostenaanpassing	31
5 Accijnzen	35
5.1 Producten en de accijnstarieven	35
5.2 Omvang van de accijnzen die jaarlijks wordt afgedragen in de detailhandel	37
5.3 Prijsgevoeligheid accijnzen	38
5.4 Effect verhoging accijnzen	40
5.5 Effect verlaging accijnzen	41
Bijlagen	
Bijlage 1 Werkgeverswig	43
Bijlage 2 Producten en diensten die onder het hoge of lage BTW-tarief vallen	45
Bijlage 3 Branches in de detailhandel	49

Samenvatting en conclusies

Geruime tijd klinkt de roep om het belastingstelsel te hervormen. Publicaties van de Commissie Van Dijkhuizen, het Centraal Planbureau en de brief van het kabinet 'Belastingherziening' zijn hiervan voorbeelden. Definitieve besluiten zijn niet genomen, maar komen naar het zich laat aanzien alsnog op basis van een volgend Regeerakkoord.

Het bestuur van Detailhandel Nederland acht het noodzakelijk om tijdig te kunnen anticiperen op deze eventuele herzieningen. Daarvoor is inzicht nodig in de effecten en de consequenties van de mogelijke wijzigingen in de belastingen voor de detailhandel. Dit onderzoek wil de effecten voor de detailhandel in kaart brengen van de mogelijke wijzigingen in het belastingstelsel.

Kenmerken detailhandel

De sector kenmerkt zich onder meer door het grote aantal deeltijdwerkers. Tevens is de gemiddelde leeftijd van werkenden lager dan gemiddeld. De sector kent een groot aantal ondernemers, maar er zijn sterke verschillen in het aandeel van ondernemers tussen de verschillende branches van de detailhandel. Gemiddeld kent de sector veel werknemers met een relatief laag bruto loon. De totale opbrengst van de BTW in de detailhandel zal in 2015 naar schatting uitkomen op 16,7 miljard euro. Dat is circa één derde van de totale BTW-opbrengst in Nederland.

Prijseffecten in de detailhandel

Verandering van de hoogte van de BTW leidt tot een verandering in de prijzen. Als de prijzen veranderen, zal ook het verkoopvolume veranderen. Het effect van prijsveranderingen op het verkoopvolume wordt aangeduid met prijselasticiteiten. Deze elasticiteiten zijn geschat op basis van een historische reeks uit de omzetstatistieken op het niveau van branches. Het blijkt dat de prijselasticiteit voor de food en kleding met 0,1% betrekkelijk laag is. Voor de detailhandel-niet-in-winkel is deze 0,3%. In de detailhandel overig non-food is de prijselasticiteit met 0,5% het hoogst.

Op basis van de literatuur is ook gekeken naar de prijselasticiteiten van alcoholische dranken. Prijselasticiteiten van drank en tabak zijn betrekkelijk hoog. Voor wijn is deze groter dan voor bier. Voor sterke drank is deze zelfs groter dan 1,0%. Hoge prijselasticiteiten betekenen dat accijnsverhogingen een grote invloed hebben op het verkoopvolume van slijters.

Effect verlaging werkgeverswig

Het verlagen van de werkgeverswig (verschil tussen loonkosten voor de werkgever en het bruto loon) heeft op korte termijn weinig effect op de detailhandel. Doorgerekend is een variant waarbij de (werkgevers-)lasten op arbeid in Nederland met 1 miljard euro omlaag gaan. Dit komt neer op een verlaging van de sociale lasten met 4,6%. Bij de doorrekening wordt rekening gehouden met o.a. de maximale premiegrens, maar ook met prijselasticiteiten. Het directe effect in de detailhandel op het verkoopvolume (0,01%) en werkgelegenheid (0,01%) is beperkt. Belangrijk is om te realiseren dat de arbeidskosten van ondernemers hierbij onveranderd blijven.

Effect verlaging inkomstenbelasting

Bekeken is wat het effect is van een verlaging van de inkomstenbelasting van 1 miljard euro voor de detailhandel. Een verlaging van 1 miljard euro betekent een verbetering van het reëel beschikbaar inkomen. Bij de berekening is ervan uitgegaan dat deze 1 miljard euro daadwerkelijk volledig aan meer consumptie (exclusief vaste lasten) wordt uitgegeven. Of dat inderdaad gebeurt, is mede afhankelijk van het consumentenvertrouwen. Voor de detailhandel leidt dit tot een stijging van de bestedingen met 0,5%. De verandering van bestedingen kan wel verschillen tussen de branches. Zo is de omzet in de foodsector minder gevoelig voor veranderingen in het inkomen. In de non-foodsector is deze gevoeligheid beduidend groter. Het aantal werknemers zal met 0,33% toenemen. Dit komt neer op een toename van 2.600 personen. Omgerekend in full-time banen komt dit overeen met 1.600 personen.

Verlaging hoge BTW-tarief naar 18%

Doorgerekend is een variant waarbij het hoge BTW-tarief verlaagd wordt naar 18%. Hierbij is ervan uitgegaan dat alle prijzen in Nederland in evenredige mate omlaag gaan, aangezien de concurrentie in de detailhandel erg sterk is. Lagere prijzen betekent een verruiming van het reëel beschikbaar inkomen van consumenten met 6 miljard euro. Vooral het gunstige effect op het reëel beschikbaar inkomen, maakt dat een BTW-verlaging een gunstig effect heeft voor de detailhandel. De effecten kunnen per branche verschillend zijn. Bij de supermarkten en de non-food zijn de effecten beperkter. Deze branches zijn minder gevoelig voor veranderingen in het reëel besteedbaar inkomen van consumenten. Voor de detailhandel als geheel leidt de BTW-verlaging tot een toename van het omzetvolume met 3,22%. Het aantal werknemers zal met 2,3% toenemen. Dit komt neer op een toename van 17.900 werknemers. Omgerekend in full-time banen komt dit overeen met 10.200 personen.

Verhoging lage BTW-tarief

Een verhoging van het lage tarief van 6% naar 21% is te beschouwen als een prijsschok, waarbij consumenten anders zullen reageren dan normaal gebruikelijk is op algemene prijsveranderingen. Bij een dergelijk grote prijsverandering mag verwacht worden dat consumenten daadwerkelijk substantieel minder gaan kopen. Voor de detailhandel als geheel zal de omzet met 2,79% afnemen. De afname is geconcentreerd bij de foodsector zoals de supermarkten en speciaalzaken, maar ook bij de kappers zijn er grote gevolgen. Het aantal werknemers zal met 2,27% afnemen in de detailhandel. Dit komt neer op een afname van 17.700 personen. Omgerekend in full-time banen komt dit overeen met 7.800 personen. Hierbij zijn de effecten in de grensstreek niet meegerekend. Verwacht mag worden dat de effecten voor de grensstreek zeer substantieel zullen zijn.

Grenseffecten

Verhoging van de BTW-tarieven en de accijnzen kunnen in de grensregio's belangrijke effecten hebben. In de afgelopen jaren zijn de accijnstarieven op tabak, alcoholische dranken en brandstoffen al verhoogd. In 2012 is de BTW verhoogd van 19% naar 21%. Dit maakt dat het winkelen en tanken in het buitenland voor Nederlanders aantrekkelijker is geworden. Voor Duitsers en Belgen is het winkelen in Nederland onaantrekkelijker geworden. Het effect van meer winkelen van Nederlanders in Duitsland en België en het minder winkelen van Duitsers en Belgen in Nederland werkt hiermee dubbel negatief uit op de detailhandelsbestedingen in de grensstreek. Een eventueel verdere negatieve aanpassing van de indirecte belastingen in Nederland kan deze ontwikkeling verder versterken.

Conclusie

Belastingmaatregelen die als resultaat hebben dat het reëel beschikbaar inkomen van consumenten verruimd wordt, zijn voor de Nederlandse detailhandel relatief gunstig. Dit geldt het sterkst voor de detailhandel non-food. De voordelen van een verlaging van de werkgeverswig zijn voor de detailhandel relatief beperkt. Het verhogen van het lage BTW-tarief heeft een negatief effect op de omzet en werkgelegenheid in de detailhandel, maar kan ook belangrijke neveneffecten hebben. Eén daarvan zijn de grenseffecten.

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het huidige belastingstelsel, en de daaraan gekoppelde toeslagen en sociale zekerheden, is te ingewikkeld en zou op korte termijn wel eens onhoudbaar kunnen zijn. Het stelsel moet veranderen om werken lonender te maken en economische groei te stimuleren. Dat is in het kort de boodschap van het eindrapport van de commissie Van Dijkhuizen en het is een geluid dat regelmatig klinkt in de Tweede Kamer. Ook in het recente publieke en politieke debat worden deze doelen genoemd van vereenvoudiging van het belasting- en toeslagenstelsel en meer werkgelegenheid en economische groei.

Commissie Van Dijkhuizen en andere voorstellen voor belastinghervorming:

In juni 2013 verscheen het rapport van de Commissie Van Dijkhuizen 'Naar een activerender belastingstelsel' met voorstellen voor aanpassing van de Inkomstenbelasting. Ook ten aanzien van de BTW zijn er al diverse voorstellen gepubliceerd. In maart 2014 is het rapport 'Bouwstenen voor een moderne BTW' van het CPB verschenen. Hierin wordt gepleit wordt voor één uniform BTW-tarief. In april 2011 werd de Fiscale agenda van de toenmalige staatssecretaris Weekers gepubliceerd. Deze agenda bevatte een toekomstvisie over het belastingstelsel op de lange termijn. In een van de onderdelen wordt de wenselijkheid van verschuiving van directe naar indirecte belastingen aangegeven. De belastingen op arbeid zouden omlaag moeten en de belasting op consumptie – BTW – omhoog. Ook gaf de staatssecretaris aan de bestaande verschillende BTW-tarieven te willen harmoniseren tot één uniform tarief. Dit laatste betekent in de praktijk dat de diensten die belast zijn met het lage BTW tarief van 6% flink hoger belast zullen worden. Ook internationaal verschijnen er studies die ingaan op aanpassing van het belastingstelsel en daarbij pleiten voor één uniform BTW-tarief. Zo publiceerde de Europese Commissie in 2010 het rapport 'Green Paper' met als ondertitel 'On the future of VAT. Towards a simpler, more robust and efficient VAT system'. In 2011 verscheen in Engeland het Mirrlees Review. Deze review bestond uit een rapportage met een analyse 'Dimensions of Tax Design' en uit een rapportage met aanbevelingen 'Tax by Design'. De algemene gedachte in al deze studies is dat één uniform BTW-tarief goed is voor de economische ontwikkeling. Eén uniform BTW-tarief heeft echter ook een minder positieve keerzijde. Zo kan de introductie van één uniform BTW-tarief belangrijke negatieve gevolgen hebben voor de arbeidsintensieve branches die nu 6% BTW berekenen over hun diensten.

Voor het kabinet, regeringspartijen en een deel van de oppositie staat centraal dat de hervorming van het belastingstelsel moet leiden tot een verlaging van de lasten op arbeid, want deze lasten zijn in Nederland relatief hoog. Over de manier waarop dat moet worden bewerkstelligd, het tempo en waar precies de rekening komt te liggen, zijn de meningen echter verdeeld.

Het bestuur van Detailhandel Nederland acht het noodzakelijk om tijdig te kunnen anticiperen op deze eventuele herzieningen. Daarvoor is inzicht nodig in de effecten en de consequenties van de mogelijke wijzigingen in de belastingen voor de detailhandel. Dit onderzoek wil de effecten voor de detailhandel in kaart brengen van de mogelijke wijzigingen in het belastingstelsel.

1.2 Beleidscontext van het onderzoek

De wig, het verschil tussen loonkosten voor de werkgever en het netto loon van de werknemer, moet verkleind. Bij de wig valt een onderscheid te maken tussen de werkgeverswig en de werknemerswig (zie bijlage 1). Waar de rekening voor de eventuele belastinghervorming precies wordt neergelegd is nog moeilijk te voorspellen. In feite kunnen alle opties op tafel komen. Een herziening van het belastingstelsel waarbij de wig wordt verkleind, kan op een aantal manieren worden gefinancierd. De meest relevante zijn:

- Verlaging van overheidsuitgaven;
- Verhoging van indirecte belastingen (accijnzen/BTW);
- Verhoging van belasting op vermogen;
- Verhoging van energie- en milieubelastingen;
- Schrappen van aftrekposten/fiscale subsidies (inclusief toeslagen).

Ook een combinatie is mogelijk. Het meest waarschijnlijk is, dat de meeste middelen zullen worden opgebracht via een verhoging van de BTW. Dit kan enerzijds door het afschaffen van vrijstellingen en anderzijds door tariefsverhoging van het lage en/of hoge tarief (zie bijlage 2 voor welke producten en diensten onder het hoge en lage BTW-tarief vallen). Het afschaffen van vrijstellingen is een moeilijke operatie omdat die vrijwel geheel vastliggen op EU-niveau. Tariefsverhoging is een reële optie: het is betrekkelijk eenvoudig uit te voeren en levert budgettaire relatief veel op. Daarenboven past het in de ontwikkeling van de EU om de tarieven van de BTW te verhogen. Evenzo geldt die tendens ten aanzien van het sterker verhogen van het lage BTW-tarief zodat het verschil met het hoge tarief minder wordt of zelfs vervalst (zie bijvoorbeeld Denemarken). Verhoging van de BTW kan met name gevolgen hebben voor de detailhandel. Consumenten zien de prijzen van hun aankopen immers ineens met percentages verhoogd. Daarom is het van belang te bezien welke effecten juist voor de sector detailhandel zullen optreden. De volgende zaken zijn bij een verschuiving van de druk van loon- en inkomstenbelasting naar de BTW met name van belang voor de detailhandel:

- De wijze waarop de verlaging van de loon- en inkomstenbelasting wordt verdeeld over inkomensgroepen;
- De mate waarin het lage en/of hoge BTW-tarief wordt aangepast;
- De mate waarin het lage tarief stijgt ten opzichte van het hoge tarief (verkleining van het verschil tussen beide tarieven);
- De prijsverschillen ten opzichte van de buurlanden in de grensstreek (mede afhankelijk of de grenslanden ook tot tariefaanpassing komen);
- De mate van geleidelijkheid van de invoering van met name een eventueel (substantiële) verhoging van de indirecte belastingen zoals het lage BTW-tarief en/of een verhoging van de accijnstarieven.

1.3 Aanpak

Om de gevolgen van belastingveranderingen voor de detailhandel door te rekenen zijn rekenmodellen ontwikkeld. De data waarop deze rekenmodellen draaien is afkomstig van het CBS. De gebruikte data is veelal direct afkomstig uit de microdatabestanden van het CBS. Onder meer is structuurinformatie gebruikt in termen van omzet en kosten van de detailhandel uitgesplitst naar de diverse branches.

Onder meer is uitgebreide informatie over arbeidskosten en de samenstelling van de werkgeverswig verzameld. De gehanteerde branche-indeling is in lijn met de indeling die gebruikt wordt bij detailhandel.info (zie bijlage 3). De gegevens die van het CBS zijn betrokken zijn vervolgens door Panteia vertaald naar 2015 ('nowcasten'). Dit 'nowcasten' is gebeurd op basis van een reeks van de maandelijkse ontwikkeling van volume, prijzen en omzet. Deze ontwikkelingsreeks is tevens gebruikt ten behoeve van een empirische analyse van omzetsprijselasticiteiten. Met behulp van de rekenmodellen is een aantal varianten doorgerekend. Hierbij zijn de directe effecten van een belastingverandering doorgerekend. Met behulp van het PRISMA-model van Panteia is tevens een belastingverandering doorgerekend waarbij ook de indirecte effecten en de effecten op andere sectoren is doorgerekend. PRISMA-model is een model van Panteia waarmee onder andere effecten van beleid op Nederlandse sectoren kan worden doorgerekend.

1.4 Begeleidingscommissie

Onder meer de keuze van de doorgerekende varianten is gemaakt in samenspraak met de begeleidingscommissie van Detailhandel Nederland alsook de Stichting Detailhandelseconomie en Maatschappij. Leden van de begeleidingscommissie zijn vertegenwoordigers van de achterban, fiscalisten en arbeidsdeskundigen. De auteurs van het rapport willen de leden van de begeleidingscommissie bedanken voor hun inbreng. Eveneens gaat een woord van dank uit naar prof. dr. P. Kavelaars. Hij heeft meegelezen met het rapport en heeft de fiscale toetsing uitgevoerd. Tevens gaat een woord van dank uit naar prof. dr. W.F. van Raaij. Hij heeft gelet op de gedragseconomische aspecten. Hij heeft bijgedragen aan de paragrafen 3.3 en 3.4.

1.5 Leeswijzer

Om een beeld te schetsen van de mogelijke gevolgen van een belastinghervorming voor de detailhandel, zijn in dit rapport een aantal mogelijke situaties en voorbeelden uitgewerkt van een verandering van belastingen. Hiervoor wordt in hoofdstuk 2 ingegaan op de directe effecten van een verlaging van de werkgeverswig. Daarbij wordt tevens een beeld geschetst van de omvang van de detailhandel en wordt ingegaan op de loonkosten in de detailhandel. In hoofdstuk 3 wordt ingegaan op de directe effecten van een verandering van de BTW. Ook wordt in dit hoofdstuk ingegaan op de effecten van een verlaging van de loon- en inkomstenbelasting voor de detailhandel. Tevens wordt in hoofdstuk 3 ingegaan op de prijsgevoeligheid van diverse branches in de detailhandel. Tevens wordt ingegaan op de mogelijke effecten van belastingwijzigingen in de Nederlandse grensstreek. Hoofdstuk 4 bespreekt een variant waarbij een verlaging van de werkgeverswig gefinancierd wordt uit een verhoging van de BTW. In hoofdstuk 5 wordt nader ingegaan op accijnzen.

2 Directe effecten van een verandering van de lasten op arbeid

2.1 Inleiding

Voor het kabinet staat centraal dat de hervorming van het belastingstelsel moet leiden tot een verlaging van de lasten op arbeid, want deze lasten zijn in Nederland relatief hoog. De wig, het verschil tussen loonkosten voor de werkgever en het netto loon van de werknemer, moet worden verkleind. De wig kan worden verdeeld in de werkgeverswig en de werknemerswig. Hierbij is de werkgeverswig het bedrag dat de werkgever bovenop het bruto loon betaald aan sociale lasten en pensioenkosten. De werknemerswig is het verschil tussen het bruto loon en het netto loon van de werknemer. In dit hoofdstuk wordt de structuur van de detailhandel in kaart gebracht. Vervolgens wordt gekeken naar de effecten van een verlaging van de werkgeverswig voor de detailhandel.

2.2 Omvang en samenstelling werknemersbestand

De detailhandel wordt met ruim 811 duizend werkenden gekenmerkt door een groot aantal werknemers. Ongeveer één op de tien Nederlandse werknemers is in de detailhandel werkzaam. Tweederde van de werkenden in de detailhandel werkt in deeltijd. Uitgedrukt in fulltime eenheden zijn er ruim 420 duizend werknemers in de detailhandel. Meer dan de helft van de werknemers is jonger dan 30 jaar en 22% van de werknemers is jonger dan 20 jaar. Werknemers jonger dan 20 jaar zijn veelal werkzaam als kassamedewerker of vakkenvuller. Tabel 1 brengt deze kenmerken in beeld.

tabel 1 Kenmerken werknemers in detailhandel (incl. kappers en schoonheidsverzorging), 2015

<i>Kenmerken</i>	<i>aantal</i>	<i>percentage</i>
aantal werknemers	811.575	
Waarvan		
Parttime		66
Fulltime		34
arbeidsvolume werknemers (fulltime equivalent)	420.053	
<i>Geslacht werknemers</i>		
Man		42
Vrouw		58
<i>soort dienstverband werknemers</i>		
vast dienstverband		86
flexibel dienstverband		14
<i>Leeftijd werknemers</i>		
t/m 19 jaar		22
20 t/m 29 jaar		31
30 t/m 49 jaar		32
50 jaar en ouder		15

Bron: Panteia, mede op basis van CBS

Het aantal werknemers varieert sterk per branche in de detailhandel. De supermarkten, gevolgd door de kleding- en sportzaken hebben de meeste werknemers. De volgende tabel laat zien dat het aantal deeltijdwerkers sterk per branche verschilt. Vooral bij de supermarkten is het aantal deeltijdwerkers hoog. Ruim 290 duizend werknemers zijn werkzaam bij een supermarkt. Uitgedrukt in fulltime-eenheden is dit ruim 110 duizend. Hiermee is de verhouding personen-arbeidsvolume (p/a-ratio) van 2,6 de hoogste in de detailhandel. Een veelvoorkomende p/a-ratio is 1,7.

Niet alleen de omvang van de werknemers en het aantal deeltijdwerkers verschilt sterk per branche in de detailhandel, ook het aantal eigenaren verschilt sterk. Bij de supermarkten is deze relatief vrij laag, maar bij de slijterijen en de branche vrije tijd en educatie is de verhouding tussen aantal eigenaren en aantal werknemers (in fte) meer dan 0,5. Bij de tabak- en gemakzaken en de kappers en schoonheidsverzorging ligt deze verhouding royaal boven de één. In de detailhandel niet-in-winkel ligt deze verhouding op 2,5.

tabel 2 Werkgelegenheid detailhandel en kappers en schoonheidsverzorging, 2015

<i>Detailhandelsbranches</i>	<i>Aantal ondernemers</i>	<i>aantal werknemers</i>	<i>arbeidsvolume werknemers</i>	<i>p/a werknemers</i>	<i>ondernemersft e werknemers</i>
Supermarkten	4.353	293.653	112.344	2,6	0,04
Tankstations	748	16.152	10.000	1,6	0,07
Slijterijen	1.258	3.771	2.303	1,6	0,55
Overig food (excl. tabak)	12.717	50.794	29.561	1,7	0,43
Kleding en sport	15.174	124.538	72.500	1,7	0,21
Woninginrichting	7.118	39.627	27.135	1,5	0,26
Huis & Tuin	12.454	66.169	39.856	1,7	0,31
Persoonlijke verzorging	5.574	52.001	29.105	1,8	0,19
Vrije tijd en educatie (excl. tabak)	9.398	24.011	14.352	1,7	0,65
Tabak- en gemakzaken	2.027	2.058	1.168	1,8	1,74
Consumentenelektronica	4.997	22.641	16.318	1,4	0,31
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	9.039	48.694	24.478	2,0	0,37
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	46.547	34.283	18.924	1,8	2,46
Detailhandel totaal	131.404	778.392	398.044	2,0	0,33
wv. Kleinbedrijf	128.432	164.039	90.885	1,8	1,41
Middenbedrijf	2.928	208.389	107.088	1,9	0,03
Grootbedrijf	44	405.964	200.071	2,0	0,00
Kappers en schoonheidsverzorging	39.567	33.183	22.009	1,5	1,80

Bron: Panteia, mede op basis van CBS

2.3 Loonkosten en omzet in detailhandel naar sector

2.3.1 Loonkosten en omzet

De exploitatiestructuur geeft inzicht in de hoogte van de bruto winst en de loonkosten in verhouding tot de omzet. Het verschil tussen bruto winst en omzet wordt bepaald door de inkoopkosten. Deze vormen in de detailhandel de belangrijkste kostenpost. De bruto winst van de kappers en schoonheidsverzorging is belangrijk hoger dan in de andere branches het geval is. Hier staat het verrichten van een dienst centraal en zijn de inkoopkosten relatief gering.

De gemiddelde loonkosten als percentage van de omzet is in de detailhandel gemiddeld bijna 13%. Belangrijk is te realiseren dat de arbeidsvergoeding voor de eigenaren uit het bedrijfsresultaat moet komen. Branches met relatief veel eigenaren (waaronder slijterijen, tabak en gemak, vrije tijd en educatie, detailhandel niet in winkel en de kappers) kennen daarom een hoog bedrijfsresultaat.

tabel 3 Exploitatiestructuur detailhandel en kappers en schoonheidsverzorging, 2015

Sector	Omzet	Bruto winst	Loonkosten	Bedrijfsresultaat
	X mrd euro	percentage in procenten van de omzet		
Supermarkten	35,3	25,6	10,3	3,9
Tankstations	8,4	12,3	4,1	1,2
Slijterijen	0,9	25,7	9,8	5,1
Overig food (excl. tabak)	5,8	46,6	17,9	8,1
Kleding en sport	12,3	46,0	18,1	1,2
Woninginrichting	6,3	42,2	17,0	0,7
Huis & Tuin	7,4	41,3	16,4	4,1
Persoonlijke verzorging	6,2	43,3	16,9	6,2
Vrije tijd en educatie (excl. tabak)	3,7	34,6	12,1	4,9
Tabak- en gemakzaken	0,7	19,3	3,9	8,3
Consumentenelektronica	4,7	27,1	12,7	1,4
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	4,5	45,3	17,0	5,6
Detailhandel niet-in- winkel (w.o. webshops)	7,7	33,1	8,4	6,6
Detailhandel totaal	104,1	33,1	12,7	3,8
wv. Kleinbedrijf	24,7	37,5	11,1	8,5
Middenbedrijf	28,3	30,1	12,3	1,9
Grootbedrijf	51,1	32,7	13,6	2,8
Kappers en schoonheidsverzorging	2,0	85,4	28,6	27,7

Bron: Panteia, mede op basis van CBS

In tabel 4 wordt inzicht gegeven in de opbouw van de loonkosten. Hierbij vallen de loonkosten te onderscheiden in bruto loon, sociale lasten (werkgever) en pensioenlasten. De tabel laat zien dat de loonkosten voor 82% bepaald wordt door het bruto loon en voor ruim 12% door sociale lasten die door de werkgever worden betaald. De relatieve verschillen tussen de branches zijn gering. De hoogte van de sociale lasten werkgever wordt bepaald door de inkomensverdeling en de hoogte van de diverse premies. De inkomensverdeling is van belang, omdat er voor de sociale verzekeringspremies inkomensgrenzen zijn. Boven deze grens wordt geen premie meer ingehouden. Het maximale premieloon voor de werknemersverzekeringen en de ZVW is in 2015 € 212,13 per dag ofwel € 51.976 per jaar bij een voltijdsbaan.

tabel 4 Opbouw van de loonkosten in de detailhandel en kappers en schoonheidsverzorgers, 2015

Sector	w.v. %			
	Loonkosten	Bruto Lonen	Sociale lasten	Pensioenlasten
	X mln. euro	in procenten van totale loonkosten		
Supermarkten	3.644	81,6	12,0	6,4
Tankstations	341	82,0	12,3	5,7
Slijterijen	87	80,9	10,8	8,4
Overig food (excl. tabakzaken)	1.042	80,5	12,8	6,6
Kleding en sport	2.222	82,0	12,3	5,7
Woninginrichting	1.070	81,1	12,0	6,9
Huis & Tuin	1.218	81,5	12,6	5,9
Persoonlijke verzorging	1.053	83,7	11,7	4,6
Vrije tijd en educatie (excl. tabak)	448	82,3	12,0	5,7
Tabak- en gemakzaken	28	81,5	12,0	6,5
Consumenten electronica	597	82,4	12,2	5,5
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	773	80,9	12,6	6,5
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	643	81,8	12,3	5,9
Detailhandel totaal	13.175	81,7	12,2	6,1
wv. Kleinbedrijf	2,7	82,1	12,3	5,6
Middenbedrijf	3,5	81,6	12,7	5,7
Grootbedrijf	7,0	81,6	11,9	6,4
Kappers en schoonheidsverzorging	572	84,1	12,8	3,1

Bron: Panteia, mede op basis van CBS

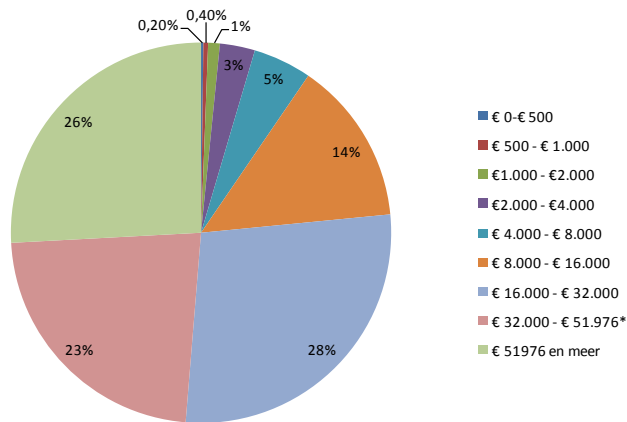
2.3.2 Inkomensverdeling loonkosten

Onderstaande grafiek geeft een beeld van de verdeling van het bruto loon naar inkomenshoogte. Uit de grafiek komt naar voren dat 23% van de werknemers minder dan €16.000 verdient. Dit is, rekening houdend met deeltijd, ongeveer de inkomensgrens van het minimumloon van een 23-jarige.¹ Aan de andere kant van het inkomensspectrum zit 26% boven de premieloongrens. In 2015 ligt deze grens op € 51.976 per jaar.

¹ Per 1 juli 2015 is het minimumloon van een voltijd medewerker van 23 jaar of ouder € 19.941 (inclusief 8% vakantiegeld).

De lage inkomensgroepen betreft grotendeels minimumjeugdloners in deeltijd. Dit zijn veelal banen van minder dan 12 uur per week.

figuur 1 Inkomensverdeling in de detailhandel op basis van het bruto loon



Bron: Panteia, mede op basis van het CBS

2.4 Effect verlaging werkgeverswig op de loonkosten naar sector en de verschillende werknemerstypen

De werkgeverswig² is de opslag van de sociale lasten en pensioenpremies die werkgevers betalen bovenop het brutoloon. Deze opslag, of werkgeverswig, bedraagt in de detailhandel gemiddeld 22,2%. Een verlaging van de sociale lasten werkgever maakt arbeid dus goedkoper.

De hoogte van de wig en de mutatie daarin is mede afhankelijk van de hoogte van het premieloon, dit is het loon waarover de premie wordt geheven. In onderstaande tabel wordt een beeld gegeven van de hoogte van de wig en de impact van de verlaging van de sociale lasten werkgever met 4,6% voor verschillende groepen werknemers. Gemiddeld betekent dit een verlaging van 22,2% naar 21,5%. Dit is een verlaging van 0,7%-punt. De verlaging verschilt per looncategorie. Voor lagere lonen is de verlaging ongeveer 1,0%-punt, maar voor hogere lonen is deze 0,4%. Naar leeftijd is de wigverlaging voor jongeren groter dan voor ouderen. Hetzelfde geldt voor flexibele krachten versus vaste krachten en voor parttimers versus full-timers. De verschillen hangen vooral samen met het verschil in hoogte van het gemiddelde loon per werkende.

² Zie bijlage 1 voor een toelichting op de werkgeverswig.

tabel 5 Directe effecten in procenten van een verlaging van de sociale lasten met 4,6% op de wig

kenmerk	brutoloon	sociale lasten	pensioenlasten	situatie vóór verlaging		situatie ná verlaging	
				werkgeverswig	werkgeverswig	mutatie wig	
Totaal	11.250 (mln. €)	1.680 (mln. €)	817 (mln. €)	22,2	21,5	-0,7	
		aandelen in %					
Man	62%	58%	66%	21,7	21,1	-0,6	
Vrouw	38%	42%	34%	23,0	22,2	-0,8	
0-19 jaar	3%	4%	3%	33,3	32,2	-1,2	
20-29 jaar	19%	24%	22%	26,5	25,6	-0,8	
30-49 jaar	53%	50%	52%	21,4	20,7	-0,7	
50 jaar en ouder	26%	22%	24%	19,6	19,0	-0,6	
Fulltime	67%	63%	67%	21,3	20,7	-0,6	
Parttime	33%	37%	33%	23,9	23,2	-0,8	
Vast	96%	96%	98%	22,2	21,5	-0,7	
Flexibel	4%	4%	2%	21,5	20,8	-0,8	
€ 0-€ 500	0,2%	0,2%	0,0%	22,6	21,6	-1,0	
€ 500 - € 1.000	0,4%	0,4%	0,1%	18,9	18,1	-0,8	
€1.000 - €2.000	1%	1%	0%	19,6	18,8	-0,8	
€2.000 - €4.000	3%	3%	1%	20,4	19,6	-0,8	
€ 4.000 - € 8.000	5%	6%	3%	21,7	20,9	-0,8	
€ 8.000 - € 16.000	14%	16%	11%	22,9	22,1	-0,8	
€ 16.000 - € 32.000	28%	31%	26%	23,6	22,9	-0,8	
€ 32.000 - € 51.976*	23%	25%	27%	24,9	24,1	-0,7	
€ 51.976 en meer	26%	17%	31%	18,3	17,9	-0,4	

* € 15.976 is het maximale premieloon waarover sociale lasten worden geheven (loon sv)

Bron: Panteia, mede op basis van CBS

2.4.1 Uitgangspunten

Met behulp van het macro-economische sectormodel PRISMA van Panteia is een scenarioberekening uitgevoerd van het effect van een verlaging van de sociale lasten werkgevers op de omzet, het aantal werknemers en de hoogte van de loonkosten. Om dit effect in beeld te krijgen is een variant gekozen waarbij ervan uit is gegaan dat de Nederlandse overheid 1 miljard euro beschikbaar stelt voor verlaging van de sociale lasten, waarbij een evenredig deel terecht komt in de detailhandel. Dit bedrag komt overeen met een verlaging van de sociale lasten met 4,6% in de detailhandel. Om de impact op omzet, werkgelegenheid en prijzen vast te kunnen stellen, is een aantal veronderstellingen gehanteerd. Deze zijn in onderstaand overzicht weergegeven. De veronderstellingen zijn gebaseerd op algemene gedragsregels bij PRISMA en elasticiteiten die mede ontleend zijn aan de literatuur.

- Omzetsprijselasticiteit: food en kleding -0,1; overig non-food -0,5; detailhandel niet in winkel -0,3
- Omzetvolume mutatie werkt door in arbeidsvolume mutatie (werknemers) met een factor 0,75
- Omzetvolume mutatie werkt door in huisvestingskostenvolume mutatie met een factor 0,3
- Omzetvolume mutatie werkt door in overige bedrijfslastenvolume mutatie met een factor 0,85
- Veranderingen in de kosten per eenheid product (prijsmutatie totale bedrijfslasten) werkt met een factor 0,5 door in de brutowinst prijs

2.4.2 Modeluitkomsten

De verlaging van de sociale lasten met 4,6% leidt tot een gemiddelde daling van de loonkosten van 0,56% en tot een daling van de werkgeverswig. Deze lagere loonkosten zullen voor een deel doorwerken in de prijzen. Lagere afzetprijzen leiden vervolgens tot een hogere vraag (afhankelijk van de prijselasticiteit) en daarmee tot een hoger afzetvolume. Hogere verkopen hebben een gunstig effect op het aantal in dienst te nemen werknemers.

De directe effecten van een loonkostenverlaging van 0,56% zijn echter gering. Gemiddeld zullen de prijzen met 0,04% afnemen en het omzetvolume en de werkgelegenheid zullen met 0,01% toenemen. De relatief beperkte effecten op prijzen en werkgelegenheid hangen nauw samen met het aandeel van de sociale lasten in de totale kosten van de detailhandel. De resultaten per branche zijn weergegeven in de volgende tabel.

tabel 6 Directe effecten in procenten van een verlaging van de sociale lasten met 4,6%

Sector	verandering netto omzet		aantal werknemers	loonkosten	
	volume	prijs	aantal	volume	prijs
Supermarkten	0,00	-0,03	0,00	0,00	-0,55
Tankstations	0,00	-0,01	0,00	0,00	-0,56
Slijterijen	0,00	-0,03	0,00	0,00	-0,49
Overig food (excl. tabakszaken)	0,01	-0,06	0,00	0,00	-0,63
Kleding en sport	0,01	-0,05	0,00	0,00	-0,56
Woninginrichting	0,02	-0,05	0,02	0,02	-0,55
Huis & Tuin	0,03	-0,05	0,02	0,02	-0,58
Persoonlijke verzorging	0,01	-0,05	0,00	0,00	-0,54
Vrije tijd en educatie (excl. tabak)	0,02	-0,04	0,01	0,01	-0,55
Tabak- en gemakzaken	0,00	-0,02	0,00	0,00	-0,55
Consumenten electronica	0,02	-0,04	0,01	0,01	-0,56
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	0,03	-0,06	0,02	0,02	-0,58
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	0,01	-0,03	0,01	0,01	-0,56
Detailhandel totaal	0,01	-0,04	0,01	0,01	-0,56
Kappers en schoonheidsverzorging	0,06	-0,12	0,05	0,01	-0,59

Bron: Panteia

3 Directe effecten van een BTW-verandering

3.1 Inleiding

Om een beeld te schetsen van de effecten die veranderingen in de belastingen voor effecten heeft op de detailhandel, wordt in dit hoofdstuk een aantal voorbeelden van belastingveranderingen uitgewerkt. Onder meer wordt ingegaan wordt op de verandering van BTW op de omzet en werkgelegenheid in de detailhandel. Ook wordt ingegaan op de effecten op de detailhandel van een verlaging van de loon- en inkomstenbehandeling. Er wordt tevens ingegaan op de omvang van de BTW-opbrengst in de detailhandel. Eveneens wordt ingegaan op de prijsgevoeligheid in de detailhandel.

3.2 Omvang van de BTW-opbrengst in de detailhandel in 2015

De volgende tabel laat zien wat de omvang is van de BTW die door bedrijven in de detailhandel aan klanten in rekening gebracht wordt. De totale opbrengst in de detailhandel zal in 2015 naar schatting uitkomen op 16,7 miljard euro. Dat is circa één derde van de totale BTW-opbrengst in Nederland.

tabel 7 Omvang btw-opbrengst in de detailhandel in miljarden euro's in 2015

	omzet	BTW-opbrengst
Laag BTW-tarief	34,1	2,0
Hoog BTW-tarief	70,0	14,7
Totaal	104,1	16,7

Bron: Panteia

3.3 Prijsgevoeligheid

3.3.1 Algemene opmerkingen over prijselasticiteiten

Om het effect in te schatten van een BTW-verhoging, is het noodzakelijk om een beeld te hebben van de prijsgevoeligheid: de prijselasticiteit. Bij de prijselasticiteit (E_{pv}) van de vraag gaat het om de mate waarin de vraag naar een product reageert op een prijsverandering van dat product (in procentuele veranderingen). In formule:

$$E_{pv} = \frac{\% \text{ verandering vraag}}{\% \text{ verandering prijs}}$$

Doorgaans is de elasticiteit negatief: bij een stijging van de prijs daalt het volume. In een enkel geval is de prijselasticiteit 0. In dit geval treedt bij een prijsverandering geen volumeverandering op. Indien de waarde van de prijselasticiteit tussen de -1 en de 0 ligt, is er sprake van een zwak negatief verband (inelastische vraag). Indien de waarde van de prijselasticiteit kleiner is dan -1, is er sprake van een sterk negatief verband (elastische vraag). Bij primaire levensbehoeften is de prijselasticiteit doorgaans beduidend lager dan bij duurzame goederen. De aankoop van duurzame goederen kan worden uitgesteld, terwijl iedereen wel dagelijks moet eten. Luxe goederen zijn het meest elastisch.

De prijselasticiteit van een specifiek goed is doorgaans hoger dan voor een totale groep artikelen. Bij een specifiek goed kan bij een prijsstijging uitgeweken worden naar een vergelijkbaar goed dat niet in prijs is veranderd en/of goedkoper is (substitutie-effect). Veranderen alle goederen in prijs dan is uitwijken veel lastiger.

Daarom is bij een goederencategorie de prijselasticiteit doorgaans lager dan bij een specifiek goed.

3.3.2 Literatuur over prijselasticiteiten

Nationaal en internationaal zijn er veel studies, waarbij prijselasticiteiten zijn geschat. Dit zijn echter vrijwel steeds partiële schattingen op specifieke goederen. Hier worden enkele voorbeelden genoemd, voor zover mogelijk toegespitst op Nederland. Voor Nederland zijn in 2006 schattingen uitgevoerd voor specifieke voedingsmiddelen.³ De prijselasticiteit varieerde van 0 (koolzuurhoudende frisdrank) tot -0,64 voor vlees. Uit de studie komt ook naar voren dat bij een prijsschok (gemeten bij vlees) de impact van de prijs op het volume aanmerkelijk groter is.⁴ Over een langere termijn gemeten zijn de elasticiteiten doorgaans hoger dan op korte termijn. Veelal duurt het even voordat consumenten hun prijsperceptie hebben aangepast. In een andere studie uit 2008 zijn prijselasticiteiten berekend voor media. Deze variëren van -0,26 (kranten en tijdschriften) tot -0,84 voor boeken.⁵ Voor rookwaren zijn elasticiteiten gevonden van -0,23 (shag) tot -0,4 (sigaretten).⁶ In de VS zijn schattingen uitgevoerd voor de totale groep food en voor overige consumptiegoederen (2009). Food blijkt met een prijselasticiteit van -0,08 zeer inelastisch.⁷ Voor de andere consumptiegoederen is de elasticiteit hoger: bijvoorbeeld -0,81 voor andere duurzame goederen. In een Amerikaanse studie uit 2008 worden in een overzichtartikel prijselasticiteiten gepresenteerd voor auto's en elektrische huishoudelijke apparaten.⁸ De prijselasticiteit van huishoudelijke apparaten varieert van -0,14 voor wasdrogers tot -0,42 voor afwasmachines.

3.3.3 Schattingen van prijselasticiteiten door Panteia

Door Panteia zijn voor deze studie schattingen gemaakt van de prijselasticiteiten in de verschillende sectoren. Het betreffen econometrische schattingen op basis van omzetstatistieken van het CBS. Het betreffen elasticiteiten op het niveau van branches.

De schattingen zijn volledig gebaseerd op historisch materiaal. Op basis van historisch materiaal kan een goede inschatting gemaakt worden van de effecten van relatief beperkte prijsveranderingen op het verkoopvolume. Wat de effecten zijn van een schok, bijvoorbeeld een grote prijsverandering van meer dan 10%, kan op basis van historisch materiaal niet gezegd worden.

De tabel laat zien dat food en kleding slechts een kleine prijselasticiteit kennen, terwijl non-food (excl. kleding) duidelijker prijsgevoeliger is. Een lage prijselasticiteit bij food en kleding is goed voorstelbaar. Immers, voeding en kleding behoren tot de basisbehoeften van consumenten. Bestedingen aan luxere producten zijn minder noodzakelijk. Een prijsverandering kan er wel toe leiden dat het bestedingspatroon wijzigt. Zo kan een prijsverhoging ertoe leiden dat consumenten minder rundergehakt kopen maar juist meer half-om-half gehakt. Op het totale omzetvolume voor de foodsector zijn er dan geen effecten, maar het heeft wel effect op de

³ Zie: Boer, JMA, RP Bogers, MJJ Mangan, SW van den Berg, WJE Bemelmans (2006); *Het mogelijk effect van prijsbeleid op de voedselconsumptie*; RIVM rapport 350020003/2006.

⁴ Significante prijsverhogingen (> 10%) veroorzaken een 'schrikeffect' en een tijdelijke daling van de verkoop, waarna gewinning optreedt aan de hogere prijs.

⁵ Goudriaan, R., N. de Groot, A. Notenboom, C. Schrijvershof, C. van Hout (2008); *Evaluatie van het verlaagde BTW-tarief voor cultuur en media*; APE.

⁶ Van der Hauw, P.A., drs. A.M.J. te Peele, drs. A. Kranenborg, drs. W.H.J. Verhoeven (2002) *Accijnsverhoging op tabaksproducten Gevolgen voor de vraag, grensaankopen en smokkel*; EIM

⁷ United States Department of Agriculture (2003). *International Food Consumption Patterns*; Eisenhauer, Joseph G., Kristine E. Principe (2009); *Price Knowledge and Elasticity*; Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science, 2009, Vol 12, No. 2.

⁸ Dale, Larry and K. Sydney Fujita (2008); *An Analysis of the Price Elasticity of Demand for Household Appliances*.

bestedingssamenstelling in de foodsector. Belangrijk is ook om te realiseren dat de prijselasticiteiten geschat zijn op brancheniveau. Zo kan een prijsverandering op productniveau een grote invloed hebben op het aantal verkochte producten. Dat geldt in het bijzonder voor voeding, maar ook kleding. Op brancheniveau kan de prijsgevoeligheid juist veel lager te liggen. Specifiek voor voeding en kleding geldt dat het ook eerste levensbehoeften zijn, wat een belangrijke verklaring is voor de relatief lage prijselasticiteit voor zowel food als kleding.

tabel 8 Prijselasticiteiten in de detailhandel

<i>Branche</i>	<i>Prijselasticiteit</i>
Food en Kleding	-0,1%
Non-food (excl. kleding)	-0,5%
Detailhandel niet in winkel	-0,3%

Bron: Panteia

3.4 Effecten verhogen lage BTW-tarief

De in vorige tabel genoemde prijselasticiteiten gelden voor een geleidelijke prijsverhoging. Bij een verhoging van het lage BTW tarief van 6% naar 21%, dus een verhoging van 15% in één stap, zal de reactie van consumenten waarschijnlijk heftiger zijn en moeten we rekening houden met een hogere prijselasticiteit. Consumenten ervaren een dergelijke prijsverhoging door BTW als een schok en reageren hierop door aankopen uit of af te stellen. Het "kwartje van Kok", een sterke accijnsverhoging van autobrandstof in 1991, leidde tot een sterke, maar tijdelijke daling van de verkoop van autobrandstof, direct na de invoering van de hogere prijs. Er werd minder auto gereden en/of er was een substitutie door andere vormen van vervoer. Na enkele maanden was de verkoop van autobrandstof echter weer op het niveau van vóór de prijsverhoging. Automobilisten moesten blijkbaar wennen aan de hogere prijs. Hierbij moet vermeld worden dat na de invoering van de prijsverhoging in 1991 de prijs gedurende lange tijd niet verder werd verhoogd en daarmee geleidelijk acceptabeler werd.

Hoe hoog de tijdelijke prijselasticiteit zal zijn na de invoering van de prijsverhoging is niet vast te stellen. Er zijn in het recente verleden geen vergelijkbare prijsverhogingen geweest, op basis waarvan de tijdelijke prijselasticiteit kan worden vastgesteld. Het gaat hier om basis voeding en kleding met weinig of geen mogelijkheid voor consumenten tot uitstel of afstel van aankoop. Hierdoor is het effect van een dalende verkoop mogelijk geringer dan bij autobrandstof.

Voor de grensgebieden is een verschuiving van aankopen in België en Duitsland waarschijnlijk, hoewel de prijzen van levensmiddelen in België gemiddeld hoger liggen dan in Nederland. In Duitsland zijn de prijzen van levensmiddelen gemiddeld lager dan in Nederland en zal grensoverschrijdend koopgedrag waarschijnlijker zijn. Andere mogelijke effecten zijn parallelimporten uit landen met lagere prijzen en lagere BTW tarieven.

Een BTW-verhoging van basis levensmiddelen treft vooral (1) huishoudens met veel personen en (2) gezinnen en personen met een laag inkomen. Een groot huishouden besteedt een groter deel van het inkomen aan basis voeding en kleding. Van een laag inkomen wordt een groter deel besteed aan basis voeding en kleding. Als deze producten in prijs stijgen, legt dit procentueel een groter beslag op het besteedbare

inkomen bij grote huishoudens en gezinnen en personen met een laag inkomen dan bij kleine huishoudens en gezinnen en personen met een hoog inkomen.

Consumenten kunnen prijsverhogingen ook opvangen door bezuinigingen op de uitgaven. De bezuinigingen op supermarktproducten zijn als volgt:

- Switchen naar goedkopere (discount) supermarkten en aankoop bij boeren;
- Switchen naar goedkopere merken binnen een productgroep;
- Minder voorbewerkte en kant-en-klaar producten kopen;
- Minder producten kopen en minder consumptie;
- Meer zelf produceren (huishoudelijke productie).

Bij diensten zijn de bezuinigingsmogelijkheden als volgt:

- Minder frequente aankoop zoals bij kappers en horeca;
- Belastingvrije diensten (zwart; zonder NTW-betaling en -afdracht);
- Huishoudelijke productie: zelf diensten (laten) verrichten;
- Zelf diensten produceren;
- Ruilhandel van diensten zonder betaling en BTW.

Door deze bezuinigingen verandert de vraag naar producten, diensten en merken in de richting van lagere prijs, minder voorbewerkte producten, en minder uitgebreide diensten. De vraag verandert dus en het aanbod en assortiment van winkeliers en dienstverleners zal hierdoor mee veranderen.

3.5 Grenseffecten

Grensregio's zijn op een aantal terreinen gevoeliger voor bepaalde belasting- of sociale zekerheidsmaatregelen. Waar mensen in centraal Nederland niet zo gemakkelijk kunnen 'ontsnappen' aan bepaalde ongunstige maatregelen, kan dat in de grensstreek wel.

Maatregelen die de laatste jaren negatieve consequenties hebben, zijn de verhoging van de accijnzen (brandstof, tabak en alcoholische dranken) en de BTW. Deze maatregelen (kunnen) leiden tot een verschuiving van winkelen naar de buurlanden.

Het algemene BTW-tarief van 19% is per 1 oktober 2012 verhoogd naar 21%. Hiermee is het Nederlandse hoge BTW-tarief op het niveau van het Belgische tarief gekomen. België kent al sinds 1 januari 1996 een hoog tarief van 21%. Het lage tarief is in België gelijk aan het Nederlandse⁹. Het lage BTW-tarief in Duitsland is 7% en het algemene BTW-tarief is sinds 1 januari 2007 19%.

Uit een studie naar de effecten van maatregelen voor de grensregio's¹⁰ komt naar voren dat de verhoging van de BTW en accijns een negatief effect hebben gehad op de detailhandelsbestedingen van consumenten in Limburg van circa 0,75% tot 1,5%. Ingeschat wordt dat het effect op de koopstromen op circa 3% tot 6% uitkomt. Dit effect is afgezet tegen de totale detailhandelsbestedingen in Limburg. Ingeschat wordt dat er een negatief effect geweest is op de detailhandelsbestedingen van circa 50 tot 100 miljoen euro. Duitsers en Belgen hebben relatief minder besteed in Nederland, terwijl inwoners van Nederland meer in België en Duitsland hebben uitgegeven.

⁹ België kent ook een 12%-tarief.

¹⁰ Grenseffectentoets; Effecten van recent regeringsbeleid op grensregio's, Panteia, 2014.

In de volgende tabel is een inschatting gemaakt van het effect op de bestedingen in de detailhandel. Harde cijfers over de effecten op bestedingen zijn niet beschikbaar. De inschatting heeft betrekking op bestedingen inclusief drank en brandstof.

tabel 9 Effect van BTW en accijnsverhogingen op detailhandelsbestedingen in de grensregio in 2013

<i>Richting</i>	<i>omvang</i>	<i>Effect</i>	<i>effect</i>
<i>Koop- stromen</i>	<i>koopstromen</i>	<i>koopstromen</i>	<i>koopstromen</i>
	<i>(mln. Euro)</i>	<i>van 3%</i>	<i>van 6%</i>
België richting Nederland	264	7,9	26,4
Nederland in België	145	4,4	14,5
Duitsland richting Nederland	936	28,1	56,2
Nederland richting Duitsland	244	7,3	14,6
omzetsdaling in Limburg (mld. euro)		47,7	111,7
omzetsdaling in Limburg (%)		0,75%	1,50%

Bron: Panteia.

Het verder vergroten van de BTW-verschillen kan in de grensstreek belangrijke effecten hebben. Een verhoging van het lage BTW-tarief, kan ertoe leiden dat het doen van boodschappen over de grens aantrekkelijker wordt. Ook de voor Limburg belangrijke recreatie- en hotelsector, die veel diensten in het lage btw-tarief afrekent, zal dan haar prijsconcurrentiepositie zien verslechteren.

3.6 Effect verlaging hoge BTW-tarief en verhoging lage BTW-tarief

In deze paragraaf wordt ingegaan op twee varianten. Deze varianten geven een indruk van de effecten van een BTW-verandering op de detailhandel¹¹.

1. Een verlaging van het hoge BTW-tarief van 21% naar 18%;
2. Een verhoging van het lage BTW-tarief van 6% naar 21%.

Bij de doorrekening zijn de volgende veronderstellingen gebruikt:

- Omzetsprijselasticiteit: food en kleding -0,1; overig non-food -0,5; detailhandel niet in winkel -0,3
- Omzetvolume mutatie werkt door in arbeidsvolume mutatie (werknemers) met een factor 0,75
- Omzetvolume mutatie werkt door in huisvestingskostenvolume mutatie met een factor 0,3
- Omzetvolume mutatie werkt door in overige bedrijfslastenvolume mutatie met een factor 0,85
- Veranderingen in de kosten per eenheid product (prijsmutatie totale bedrijfslasten) werkt met een factor 0,5 door in de brutowinst prijs

3.6.1 Verlaging van het hoge BTW-tarief van 21% naar 18%

Het effect van een verlaging leidt voor de detailhandel als geheel tot een volumestijging van de verkopen van gemiddeld 3,22%. Dit effect wordt enerzijds veroorzaakt door de lagere verkoopprijzen (inclusief BTW), maar ook in sterke mate

¹¹ Er wordt hierbij vanuit gegaan dat alle andere belastingtarieven gelijk blijven.

door het effect van het hogere reëel besteedbaar inkomen¹². Het effect op de verkoopprijzen exclusief BTW is nihil verondersteld¹³.

Per detailhandelsbranche zijn de verschillen groot. Zo is het effect van een verlaging van het hoge BTW-tarief in de supermarkten en overig food beperkt. Hier zijn relatief weinig goederen die vallen onder het hoge BTW-tarief, terwijl de prijselasticiteit van food laag is. Ook voor tankstations, kleding en persoonlijke verzorging is het effect relatief klein. Dit komt vooral doordat de prijselasticiteit daar met 0,1% heel beperkt is. In andere branches van de detailhandel zijn de effecten echter groter. Dit geldt onder meer voor de consumentenelektronica en de overige non-food. Voor de kappers en schoonheidsverzorging is het omzeteffect 1,5%. Het omzeteffect is volledig toe te schrijven aan het gunstiger reëel beschikbaar inkomen van consumenten. Kappers vallen bijna volledig onder het 6%-tarief. Het aantal werknemers zal in de detailhandel met 2,3% toenemen, wat neerkomt op 17.900 werknemers. Omgerekend in fulltime banen komt dit overeen met 10.200. De effecten op de loonvoet zijn nihil. De loonkosten nemen in volume toe overeenkomstig de mutatie van het aantal werknemers. Grenseffecten zijn in deze berekening niet meegenomen. Een lagere BTW maakt het voor Duitsers en Belgen in grensstreek aantrekkelijker om in Nederland te gaan winkelen.

¹² Als consumentenprijzen in de gehele Nederlandse economie dalen, maar het nominaal inkomen blijft gelijk, dan neemt het reëel inkomen toe.

¹³ Om een doorrekening te maken, is het noodzakelijk om van een aantal veronderstellingen uit te gaan. Zo is er bij de doorrekening van uitgegaan dat lagere BTW gemiddeld volledig in de prijzen wordt doorberekend. Door de sterke concurrentie in de detailhandel lijkt dit een redelijke veronderstelling te zijn.

tabel 10 Directe effect van een verlaging van het hoge BTW-tarief van 21% naar 18% (inclusief inkomens-effect) op de netto omzet, het aantal werknemers en de personeelskosten (verandering in %)

Sector	verandering netto		aantal	loonkosten	
	omzet		werknemers		
	volume	prijs*	aantal	volume	prijs
Supermarkten	1,61	0,00	1,21	1,21	0,00
Tankstations	2,07	0,00	1,55	1,55	0,00
Slijterijen	3,13	0,00	2,53	2,53	0,00
Overig food	2,83	0,00	2,30	2,30	0,00
Kleding en sport	3,27	0,00	2,45	2,45	0,00
Woninginrichting	5,63	0,00	4,22	4,22	0,00
Huis & Tuin	6,14	0,00	4,60	4,60	0,00
Persoonlijke verzorging	2,47	0,00	1,85	1,85	0,00
Vrije tijd en educatie	4,36	0,00	3,27	3,27	0,00
Tabak- en gemakzaken	1,65	0,00	1,42	1,42	0,00
Consumenten elektronica	7,48	0,00	5,78	5,78	0,00
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	6,98	0,00	5,35	5,35	0,00
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	3,42	0,00	2,56	2,56	0,00
Detailhandel totaal	3,22	0,00	2,30	2,69	0,00
Kappers en schoonheidsverzorging	1,80	0,00	1,60	0,00	0,00

* Exclusief BTW op 0,00 verondersteld

Bron: Panteia

3.6.2 Een verhoging van het lage BTW-tarief van 6% naar 21%

Een verhoging van het lage BTW-tarief van 6% naar 21% kan belangrijke gevolgen hebben voor de detailhandel¹⁴. Een verhoging van het lage tarief van 6% naar 21% is te beschouwen als een prijsschok, waarbij consumenten anders zullen reageren dan gebruikelijk is op algemene prijsveranderingen. Bij een dergelijk grote prijsverandering mag verwacht worden dat consumenten daadwerkelijk substantieel minder gaan kopen. Doorgerekend is een variant waarbij uitgegaan is van een prijselasticiteit van 0,5% voor de food-producten. De volgende tabel geeft hier inzicht in. Grote effecten zullen zich voordoen bij de supermarkten en de food sector. Het grootste effect zal zich voordoen bij de kappers en schoonheidsverzorging. Hier is de prijselasticiteit met 0,7% relatief hoog¹⁵. Kappersbezoek of bezoek aan schoonheidssalon uitstellen blijkt relatief makkelijk te zijn. Voor de detailhandel als geheel zal de omzet met 2,79% afnemen. Het aantal werknemers zal met 2,27% afnemen. Dit komt neer op een afname van 17.700 personen. Omgerekend in

¹⁴ Bij de berekening is ervan uitgegaan dat de BTW-verhoging volledig in de consumentenprijzen wordt doorberekend.

¹⁵ Zie: effecten BTW-verlaging op de werkgelegenheid in de kappersbranche. Panteia 2014. In deze studie wordt een prijselasticiteit geschat van 0,7%.

voltijdbanen komt dit overeen met 7.800 personen¹⁶. Hierbij zijn de effecten in de grensstreek niet meegerekend. Verwacht mag worden dat de effecten voor de grensstreek zeer substantieel zal zijn.

tabel 11 Directe effecten in procenten van een verhoging van het lage BTW-tarief van 6% naar 21%, uitgaande van verhoogde prijselasticiteiten

Sector	verandering netto		aantal	loonkosten	
	omzet		werknemers	volume	prijs
	volume	prijs	aantal	volume	prijs
Supermarkten	-5,86	0,00	-4,40	-4,40	0,00
Tankstations	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Slijterijen	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Overig food	-5,45	0,00	-4,09	-4,09	0,00
Kleding en sport	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Woninginrichting	-0,90	0,00	-0,67	-0,67	0,00
Huis & Tuin	-2,28	0,00	-1,71	-1,71	0,00
Persoonlijke verzorging	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Vrije tijd en educatie	-2,42	0,00	-1,81	-1,81	0,00
Tabak- en gemakzaken	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Consumenten elektronica	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	-1,68	0,00	-1,26	-1,26	0,00
Detailhandel totaal	-2,79	0,00	-2,27	-1,95	0,00
Kappers en schoonheidsverzorging	-9,90	0,00	-8,45	-8,45	0,00

Bron: Panteia

3.7 Verlaging loon- en inkomstenbelasting met 1 miljard euro

Doorgerekend is wat een verlaging van de inkomstenbelasting van 1 miljard euro voor de detailhandel betekent. Een verlaging van 1 miljard euro betekent een verbetering van het reëel beschikbaar inkomen. Bij de berekening is ervan uitgegaan dat deze 1 miljard euro daadwerkelijk volledig aan meer consumptie (exclusief vaste lasten) wordt uitgegeven. Of dat inderdaad gebeurt, is mede afhankelijk van het consumentenvertrouwen. Uit de tabel blijkt dat dit voor de detailhandel leidt tot een stijging van de bestedingen met een half procent. De verandering van bestedingen kan wel verschillen tussen de branches. Zo is de omzet in de foodsector minder gevoelig voor veranderingen in het inkomen. In de non-foodsector is deze gevoeligheid beduidend groter. Het aantal werknemers zal met 0,33% toenemen. Dit komt neer op een toename van 2.600 personen. Omgerekend in full-time banen komt dit overeen met 1.600 personen.

¹⁶ Het werkgelegenheidseffect is sterk geconcentreerd is bij supermarkten en non-food. Dit zijn sectoren met veel kleinere deeltijdbanen. Dit maakt dat er een groot verschil is tussen aantal werknemers en het full-time equivalent hiervan.

tabel 12 Directe effecten in procenten van een verlaging van de inkomstenbelasting met 1 miljard euro

Sector	verandering netto		aantal	loonkosten	
	volume	omzet	werknemers	volume	prijs
Supermarkten	0,26	0,00	0,20	0,20	0,00
Tankstations	0,30	0,00	0,23	0,23	0,00
Slijterijen	0,48	0,00	0,40	0,40	0,00
Overig food	0,46	0,00	0,39	0,39	0,00
Kleding en sport	0,50	0,00	0,38	0,38	0,00
Woninginrichting	0,75	0,00	0,56	0,56	0,00
Huis & Tuin	0,85	0,00	0,64	0,64	0,00
Persoonlijke verzorging	0,37	0,00	0,28	0,28	0,00
Vrije tijd en educatie	0,56	0,00	0,42	0,42	0,00
Tabak- en gemakzaken	0,43	0,00	0,36	0,36	0,00
Consumenten elektronica	1,04	0,00	0,81	0,81	0,00
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	0,96	0,00	0,84	0,84	0,00
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	0,47	0,00	0,35	0,35	0,00
Detailhandel totaal	0,47	0,00	0,33	0,39	0,00
Kappers en schoonheidsverzorging	0,56	0,00	0,42	0,42	0,00

Bron: Panteia

4 Btw- en loonkostenaanpassing

In de voorgaande hoofdstukken is ingegaan op het directe effect van een verlaging van de loonkosten en van de directe effecten van een verlaging van de BTW. De praktijk is echter dat veranderingen in loonkosten en veranderingen in BTW ook gevolgen hebben voor andere sectoren in de Nederlandse economie. Door ook met indirecte effecten rekening te houden kan een meer compleet beeld gegeven worden van de effecten van de verandering van loonkosten en veranderingen van het tarief van de BTW. Hiervoor is gebruik gemaakt van het model PRISMA.

In dit hoofdstuk gaan we in op de variant waarbij de sociale werkgeverslasten met één miljard euro verlaagd worden en dit gefinancierd wordt uit een verhoging van de BTW¹⁷. De doorrekening met het model PRISMA laat zien dat er een verschil is tussen de korte/middellange (1-5 jaar) en de lange termijn (10-15 jaar). Op korte termijn en middellange termijn zijn de effecten over het algemeen negatief. Dit komt vooral doordat een hogere BTW de koopkracht aantast en daarmee de totale bestedingen. Een lager bestedingsniveau van consumenten heeft een negatief effect op de ontwikkeling van het bruto binnenlands product (BBP). Tabel 17 laat zien dat dit effect tenminste tot en met 2020 negatief is.

De voordelen van deze variant (lagere loonkosten) overtreffen pas op langere termijn de directe nadelen (lagere bestedingen van consumenten). Deze voordelen overtreffen de nadelen pas na een aanpassingsproces van diverse jaren. Lagere loonkosten hebben een gunstig effect op de concurrentiekracht en daarmee op de uitvoer, terwijl de invoer iets achterblijft. Een hogere BBP heeft weer een gunstig effect op de werkgelegenheid. Bovendien leiden de lagere arbeidskosten ertoe dat werkgevers minder arbeidsbesparende investeringen doen, wat voor de werkgelegenheid gunstig is. Voor de detailhandel betekent dit dat het afzetvolume toeneemt, maar dat afzetprijzen (exclusief BTW) afnemen. Per saldo heeft de toename van het BBP en de toename van de werkgelegenheid uiteindelijk na een aanpassingsproces van een aantal jaren een gunstig effect op de consumentenbestedingen.

¹⁷ Effectief betekent deze variant dat er een verschuiving optreedt van werkgeverslasten naar consumenten.

tabel 13 macro-economische effecten van een BTW-verhoging van 1 mrd euro initieel in 2016, geheel gecompenseerd door verlaging van werkgeverslasten

		2016	2017	2018	2019	2020	2025	2030
volume BBP								
bruto binnenlands product	%	-0,08	-0,09	-0,07	-0,04	-0,01	0,11	0,17
particuliere productie	%	-0,18	-0,21	-0,2	-0,17	-0,14	-0,01	0,02
investeringen bedrijven (excl. onroerend goed)	%	0	-0,15	-0,16	-0,18	-0,14	-0,02	0,07
uitvoer goederen en diensten	%	-0,01	0	0,02	0,04	0,06	0,12	0,15
invoer	%	-0,01	-0,08	-0,03	-0,03	-0,02	0,01	0,02
lonen en prijzen								
uitvoer goederen (excl. energie)	%	0	-0,01	-0,03	-0,04	-0,06	-0,11	-0,14
particuliere consumptie	%	0,17	0,14	0,11	0,09	0,07	0,01	-0,04
bruto toegevoegde waarde (fk)	%	0	-0,03	-0,06	-0,1	-0,13	-0,24	-0,31
loonvoet marktsector	%	-0,16	-0,25	-0,3	-0,32	-0,36	-0,42	-0,41
arbeidsmarkt								
arbeidsproductiviteit	%	-0,09	-0,09	-0,07	-0,06	-0,04	0	0,1
arbeidsvolume	%	0	0	0	0,01	0,03	0,11	0,07
arbeidsaanbod (personen)	%	0	0	0	0	0	0	0
werkloosheid (% beroepsbevolking)	%-punt	0	0	0	-0,01	-0,03	-0,11	-0,07
marktsector								
bruto toegevoegde waarde (fk)	%	-0,11	-0,12	-0,09	-0,06	-0,02	0,14	0,22
arbeidsproductiviteit	%	-0,11	-0,12	-0,09	-0,07	-0,06	-0,01	0,13
arbeidsvolume	%	0	-0,01	0	0,02	0,04	0,15	0,09
bezettingsgraad	%-punt	-0,12	-0,11	-0,06	-0,01	0,03	0,07	0,09
arbeidsinkomensquote	%-punt	0	-0,06	-0,06	-0,09	-0,11	-0,13	-0,19
quotes (% BBP)								
financieringsoverschot overheid	%-punt	0	0	0	0	0	0	0
saldo lopende rekening betalingsbalans	%-punt	0,03	0,06	0,06	0,06	0,06	0,04	0,04

Bron: Panteia; berekening met PRISMA-M

Naar sectoren bezien, profiteren bij de toegevoegde waarde de detailhandel, de huishoudelijke diensten, de landbouw en het transport het meest van de belastingherziening. Doordat arbeid goedkoper wordt neemt de arbeidsproductiviteit in de meeste sectoren (vooral landbouw, industrie en handel) iets af en neemt de werkgelegenheid toe. Het werkgelegenheidseffect is het grootst in opnieuw de detailhandel, gevolgd door de voedings- en genotmiddelenindustrie, het transport en de energie- en waterbedrijven.

tabel 14 enkele effecten in 2030 van een BTW-verhoging van 1 mrd. euro initieel in 2016, geheel gecompenseerd door verlaging van werkgeverslasten, per bedrijfstak

		toegevoegde waarde	arbeids-productiviteit	arbeidsvolume
Landbouw	%	0,26	-0,03	0,29
Delfstoffenwinning	%	0,06	0,00	0,06
voedings- en genotmiddelenindustrie	%	0,20	-0,15	0,35
chemische industrie	%	0,16	-0,1	0,27
Metaalindustrie	%	0,24	-0,05	0,29
overige industrie	%	0,27	0,09	0,17
energie en water	%	0,12	-0,21	0,33
Bouwnijverheid	%	0,19	-0,20	0,30
Autobedrijven	%	0,15	-0,08	0,23
Groothandel	%	0,13	-0,08	0,21
Detailhandel	%	0,35	-0,01	0,36
Horeca	%	0,09	-0,06	0,15
Transport	%	0,25	-0,10	0,35
post en telecom	%	0,24	0,08	0,16
financiële diensten	%	0,14	-0,05	0,19
onroerend goed	%	0,06	0,00	0,06
zakelijke diensten	%	0,24	0,00	0,24
overige tertiaire diensten	%	0,10	-0,20	0,20
zorg en welzijn	%	0,02	0,00	0,02
overheid en onderwijs	%	0,06	0,06	0,05
huishoudelijke diensten	%	0,31	0,00	0,31
bedrijven marktsector	%	0,21	0,11	0,10
bedrijven niet-marktsector	%	0,03	0,01	0,02
totaal bedrijven		0,17	0,08	0,09

Bron: Panteia; berekening met PRISMA-M

In de volgende tabel worden enkele economische effecten vertaald naar de detailhandel. Er worden door de belastingmaatregelen op lange termijn meer artikelen verkocht, waardoor de werkgelegenheid toeneemt, terwijl de prijzen van afzet, lonen en verbruik dalen. De arbeidsproductiviteit verandert nagenoeg niet. De winstgevendheid, afgemeten aan de arbeidsinkomensquote (AIQ) neemt fractioneel toe.¹⁸ Belangrijk is te realiseren dat de effecten pas op lagere termijn zichtbaar zijn. Zoals in tabel 15 al te zien is, zijn de effecten in de eerste jaren juist negatief.

tabel 15 enkele effecten in 2030 van een BTW-verhoging van 1 mrd Euro initieel in 2016, geheel gecompenseerd door verlaging van werkgeverslasten, voor de detailhandel (prijz afzet is ex BTW)

Variabele		2030
volume afzet (handelsmarge) totaal	%	0,34
prijz afzet totaal	%	-0,27
volume verbruik (inkoop- en bedrijfskosten)	%	0,32
prijz verbruik	%	-0,16
volume toegevoegde waarde (fk)	%	0,35
prijz bruto toegevoegde waarde (fk)	%	-0,32
loonkosten per arbeidsjaar	%	-0,42
reële loonvoet	%	-0,11
Arbeidsproductiviteit	%	-0,01
totaal arbeidsvolume	%	0,36
arbeidsinkomensquote (aandeel arbeid in netto toegevoegde waarde (fk))	%-punt	-0,06

Bron: Panteia; berekening met PRISMA-M

¹⁸ Het aandeel van de factor arbeid in het totaal verdiende inkomen neemt iets af.

5 Accijnzen

5.1 Producten en de accijnstarieven

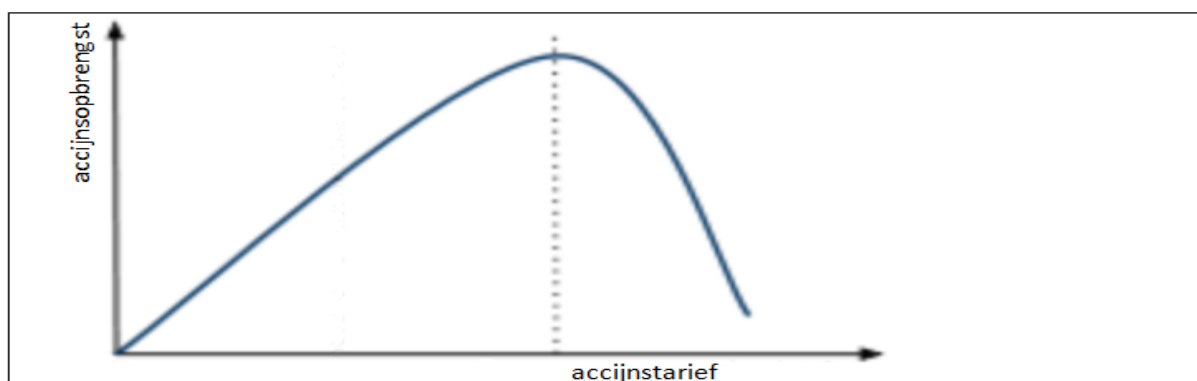
Door overheden worden accijnsverhogingen toegepast om meer dan één reden. Enerzijds speelt het vergroten van overheidsopbrengsten een rol, anderzijds wordt de verhoging van accijnstarieven gezien als een probaat middel om consumptie te ontmoedigen. Een verhoging van het accijnstarief leidt namelijk tot een hogere productprijs. Winkeliers zullen de accijnsverhoging aan de klant doorberekenen. Soms deels, maar meestal volledig¹⁹. Een hogere verkoopprijs resulteert in een afnemende productvraag. Het is dus voor de overheid van belang dat vraagafname gecompenseerd wordt door hogere accijnsopbrengsten: een te grote of te snelle accijnsverhoging kan tot opbrengstdaling leiden.

Dit hoofdstuk richt zich op alcohol, brandstoffen en tabak. . Alcohol en tabak dragen, bij bovenmatig gebruik, negatief bij aan maatschappelijke aspecten als verkeersveiligheid en volksgezondheid. Een lagere productafzet heeft daarom vanuit overheidsoptiek grote voordelen.

Maar het verhogen van accijnstarieven kan ook secundaire of onvermoede effecten hebben. Een toegenomen verkoopprijs kan ertoe leiden dat consumenten overstappen op een ander (goedkoper) merk of een ander product. Als dat van niet-Nederlandse origine is, kan dat tot wegvloeiën van werkgelegenheid resulteren. In grensgebieden kan dit effect zelfs versterkt uitpakken, als consumenten (ook) besluiten hun aankopen over de grens te doen. De gevolgen zijn dan: lagere accijnsopbrengsten voor onze overheid. En door verminderde aankopen binnen Nederland, kan dit de lokale werkgelegenheid onder druk zetten²⁰.

In de economische literatuur is de relatie tussen accijnsverhoging en accijnsopbrengst bekend onder de naam "Laffer curve", vernoemd naar Arthur Laffer²¹. In de volgende figuur is de relatie schematisch getoond.

figuur 2 Laffer curve (schematische weergave)



¹⁹ Prijs tabak wordt door fabrikanten vastgesteld.

²⁰ Zie onder andere "Effecten accijnsverhoging gedistilleerde dranken" door Panteia (2013)

²¹ Arthur Laffer claimt niet de bedenker van het concept te zijn. Hij verwijst naar andere wetenschappers, zoals Ibn Khaldun (14^e eeuw) en meer recent John Keynes. De Laffer curve gaat niet alleen op voor accijnzen, maar ook voor een groot aantal andere accijnzen.

Uit de figuur blijkt dat verhoging van het accijnstarief door de overheid, niet zondermeer tot een toename van accijnsopbrengsten zal leiden. Voorbij een bepaald punt (aangegeven met een stippellijn in de schematische curve) verminderen de totale opbrengsten: de extra accijnsopbrengsten per verkocht product, kunnen de verminderde accijnsopbrengsten door consumptieafname niet meer compenseren.

Alcoholaccijns

Alcoholproducten zijn er in verschillende vormen. De hierna volgende productsoorten worden in dit onderzoek onderscheiden:

- Bier;
- Wijn;
- Overige alcoholhoudende dranken (tussenproducten en gedistilleerde drank).

Binnen elke soort is een variatie aan accijnstarieven. Zo wordt het accijnstarief van bier bepaald door het zogenoemde stamwortgehalte²². Op basis daarvan hebben *tafelbieren* (bieren met een beperkt alcoholpercentage) een lager accijnstarief dan *speciale* bieren (hoog alcoholpercentage). Bieren met minder dan 0,5% alcohol worden gezien als alcoholvrije drank. Er wordt dan niet gesproken over accijnsheffing, maar van verbruiksbelasting. Bij wijnen is het accijnstarief afhankelijk van het alcoholpercentage én het wel of niet mousserend zijn. Onder de zogenoemde tussenproducten vallen dranken zoals port, sherry en vermout; ook hier wordt onderscheid gemaakt tussen wel en niet mousserend. Tussenproducten met een alcoholpercentage boven 22% worden als gedistilleerde drank beschouwd. Daaronder vallen bijvoorbeeld cognac, jenever, likeur en whisky.

Een indruk van de huidige accijnstarieven op alcohol is gegeven in de volgende tabel. Alcoholaccijns op gedistilleerde dranken worden berekend op basis van de hoeveelheid zuivere alcohol in een product. Bij bieren en wijnen wordt uitgegaan van de drinksterkte.

tabel 16 Accijnstarieven per hectoliter

<i>Productsoort</i>	<i>Ingangsdatum</i>	<i>Accijnstarief per hectoliter</i>
Bier	01-01-14	Van €7,59 tot €47,48 (drinksterkte)
Wijn, niet mousserend	01-01-14	Van €44,18 tot €129,81 (drinksterkte)
Wijn, mousserend	01-01-14	Van €48,25 tot €254,41 (drinksterkte)
Tussenproducten, niet mousserend	01-01-14	Van €105,98 tot €149,29 (drinksterkte)
Tussenproducten, mousserend	01-01-14	€254,41 (drinksterkte)

Bron: De belastingdienst

Tabaksaccijns

Ook tabak is onder te verdelen in een aantal productsoorten. Elke soort heeft een eigen accijnstarief. Onderscheid wordt gemaakt in:

- Rooktabak (zoals shag of pijptabak);
- Sigaretten;
- Sigaren;
- Pruim- en snuiftabak.

²² Het stamwortgehalte is een maat voor de totale hoeveelheid opgeloste stoffen die voor het gistingsproces van het bier, in het wort zitten. Het wort is een suikerrijke waterige oplossing die een tussenproduct vormt in alcoholische dranken op basis van granen (zoals bier).

De volgende tabel toont de huidige accijnstarieven op tabaksproducten. De accijnstarieven voor rooktabak en sigaretten zijn nog recentelijk verhoogd. Wat opvalt, is dat het accijnstarief van sigaren sinds 1997 ongewijzigd is en beduidend lager ligt dan dat van andere tabaksproducten. De reden daarachter is het arbeidsintensieve karakter van het productieproces. Pruim- en snuiftabak worden sinds 2013 niet meer belast met accijns. Dit omdat deze producten duidelijk niet bedoeld zijn om te roken. Tabak daarentegen bestemd voor in een waterpijp ("shisha"), valt wel onder accijns. Zelfs als het product uit geheel andere stoffen dan tabak bestaat. In de optiek van de overheid wordt het gerookt, en is het daarom een tabaksproduct.

tabel 17 accijnstarieven tabak

<i>productsoort</i>	<i>ingangsdatum</i>	<i>accijnstarief</i>
Rooktabak	01-04-15	€85,74 per kg rooktabak
Sigaretten	01-04-15	€ 181,53 per 1.000 sigaretten
Sigaren	01-02-97	5% van consumentenprijs
Pruim- en snuiftabak	01-01-13	geen

Accijns op (motor)brandstoffen

De accijns op motorbrandstoffen is te verdelen in benzineaccijns en accijns op overige minerale brandstoffen.

De volgende tabel toont de huidige accijnstarieven. De accijnzen worden minimaal 1x per jaar aangepast aan de inflatie.

tabel 18 Accijnstarieven per hectoliter

<i>Productsoort</i>	<i>Ingangsdatum</i>	<i>Accijnstarief</i>
Ongelode lichte olie (benzine ongelood)	01-01-15	€ 766,07 per 1.000 liter
Gelode lichte olie (benzine gelood)	01-01-15	€ 853,12 per 1.000 liter
Halfzware olie en gasolie (diesel)	01-01-15	€ 482,06 per 1.000 liter
Zware stookolie	01-01-15	€ 36,15 per 1.000 kg
Vloeibaar gemaakt petroleumgas (lpg)	01-01-15	€ 334,67 per 1.000 kg

Bron: De belastingdienst

5.2 Omvang van de accijnzen die jaarlijks wordt afgedragen in de detailhandel

De accijnsopbrengst voor alcohol en tabak bedroeg in 2014 €3,7 miljard, waarvan alcohol €1,1 miljard, tabak €2,6 miljard en (motor)brandstoffen € 7,9 miljard. Hun totaal bedraagt bijna €11,6 miljard²³. De hierna volgende tabel toont de accijnsopbrengsten over de verschillende goederen. De cijfers zijn afkomstig van het CBS (Nationale Rekeningen)²⁴.

²³ De grootste belastingopbrengst uit accijnzen is afkomstig van de (motor)brandstoffen.

²⁴ Ook het Ministerie van Financiën (zie Rijksbegroting, Miljoenennota en Financieel Jaarverslag) publiceert overzichten van de gerealiseerde opbrengsten, evenals brancheorganisaties. Deze publicaties tonen soms onderlinge verschillen. Dit is een gevolg van de rekenopzet. Zo rapporteert het Ministerie van Financiën over de afgedragen accijnzen in een kalenderjaar gebaseerd op de productie, en baseren brancheorganisaties zich op verkoopgegevens.

tabel 19 accijnsopbrengst in 2014 per sector in miljoenen euro 's

Soort accijns	Accijnsopbrengst	percentage
Alcohol	1.064	9%
wv. Bier	423	4%
Wijn	330	3%
Gedistilleerd	311	3%
Tabak	2.632	23%
Accijns op brandstoffen	7.875	68%
Benzineaccijns	4.042	35%
Accijns op overige minerale oliën	3.833	33%
Totaal	11.598	100%

Bron: CBS/Nationale Rekeningen

5.3 Prijsgevoeligheid accijnzen

5.3.1 Algemene opmerkingen over prijselasticiteit

Er is een logisch verband tussen enerzijds de gemiddelde verkoopprijs van een product, en anderzijds de totale omzet: bij een toenemende verkoopprijs zal de omzettoename verminderen. Uiteindelijk zal er zelfs sprake van afzetsdaling kunnen zijn omdat verkoopprijs, bestedingsruimte en/of economische recessie een grote rol spelen in het koopgedrag van consumenten. Zoals in paragraaf 3.3 is aangegeven, wordt het verband tussen verandering in de verkoopprijs en verandering in de omzet aangeduid als *prijselasticiteit van de vraag*.

Op basis van deze ratio kan ingeschat worden of prijsverandering, via verandering van de afzet (hoeveelheid), zal leiden tot omzetsijging of juist tot omzetsdaling.

Verstorende aspecten

Er zijn aspecten die het prijselasticiteitsbeeld (ernstig) kunnen vertroebelen. Afzetvermindering hoeft namelijk geen direct gevolg te zijn van een verhoogde productprijs. Een omzetsdaling kan bijvoorbeeld ook een gevolg zijn van overheidsbeleid (zoals anti-rook campagnes). Ook kan er sprake zijn van substitutie: de voorkeur verschuift naar een ander product, merk of smaak (zoals wijn wint aan populariteit). Soms is dat onder invloed van modetrends (waterpijp en e-smoking) of peerpressure. In bijna alle onderzoeken blijven deze aspecten buiten beschouwing omdat voldoende en nauwkeurige informatie ontbreekt.

Ook opgetreden grenseffecten in voorgaande jaren kunnen invloed hebben op de berekende landelijke elasticiteit. Ook daarvan wordt vaak geabstraheerd. Dat is verklaarbaar omdat ook hier weinig of niets bekend is over productaankoop en/of aankoopcombinaties over de grens (zoals wekelijkse boodschappen plus tanken). Dit pleit ervoor om voor grensregio's andere prijselasticiteiten te hanteren. De prijsverschillen die grensbewoners waarnemen zijn namelijk groter dan elders in het land. Hoe groter dit prijsverschil, des te sterker de neiging elders te kopen. Door aankopen te combineren vergroot de consument zijn nut, zeker indien ook die andere aankopen een besparing opleveren. De push en pull om elders te kopen, wordt daardoor versterkt. Vooral de lokale detailhandel ondervindt daarvan hinder. De "duty free" aankopen op een vliegveld door vakantiegangers geschieden ook onder invloed van push en pull. De omvang ervan is echter gering, en zal geen invloed hebben op de landelijke prijselasticiteit of accijnsopbrengsten.

Hetzelfde geldt voor aankopen via internet. Wel kunnen online aankopen gevolgen hebben voor de "detaillist om de hoek". Dat kan tot verminderde bedrijfsopbrengsten leiden of een verminderde personeelsinzet. Ontslagen of winkelsluiting kunnen daarvan een gevolg zijn.

5.3.2 Literatuur over prijselasticiteiten alcohol en tabak

Er is, en wordt, regelmatig onderzoek gedaan naar de prijselasticiteit van alcoholhoudende dranken en van tabak. Daarin wordt de gemiddelde consumptie over meerdere jaren afgezet tegen de gemiddelde verkoopprijs in dezelfde periode. Vervolgens vormen de jaarlijkse wijzigingen (van consumptie en verkoopprijs), en hun onderlinge verhouding, de waarnemingen op basis waarvan de prijselasticiteit is bepaald. En de aldus berekende elasticiteit wordt gebruikt om de afzet in de nieuwe situatie te schatten.

Abstraheren

Over het algemeen wordt geabstraheerd van aspecten zoals: stoppen met consumptie en overstappen op een ander product. Alle afzetveranderingen worden verondersteld een direct gevolg te zijn van de gewijzigde productprijs. Maar dat hoeft niet zo te zijn. Zoals in de voorgaande paragraaf is gemeld, consumenten kunnen ook om andere redenen dat gedrag vertonen: gezondheidsredenen, een gewijzigde smaak (products substitutie: van gedistilleerd naar wijn), modetrends (waterpijp, e-smoking), ontmoedigingsbeleid door de overheid en dergelijke.

Ook opgetreden grenseffecten in voorgaande jaren blijven vaak buiten beschouwing, terwijl hun effect op de prijselasticiteit (gemeten over een reeks van jaren) wel merkbaar kan zijn. Er is onvoldoende bekend over productaankopen en aankoopcombinaties in het buitenland door grensbewoners. Daarom wordt ook hiervan geabstraheerd. Zoals in de voorgaande paragraaf is betoogd, pleit de mogelijkheid van grenseffecten om een aparte elasticiteitsberekening.

5.3.3 Schattingen van prijselasticiteiten

Onderzoek naar tabaksconsumptie en de prijselasticiteit laat een grote variatie²⁵ in prijselasticiteit zien. Niet alleen onderzoek in Nederland, maar ook internationale onderzoeken. Deels kunnen dergelijke variaties verklaard worden uit de gebruikte data. Voor een goed beeld (lange termijn) dient het onderzoek een lange periode (decennia) te beslaan. Kleine schommelingen in de afzet hebben dan een beperkt invloed op de berekening van de prijselasticiteit. Denk bijvoorbeeld aan het effect van voorraadvorming, kort voor een prijsstijging. Na verloop van tijd is dat effect weggeëbd. Dat daarvan hoeft geen sprake te zijn als de beschouwde periode kort is. Ook kunnen elasticiteitsvariaties een relatie hebben met het wel of niet voorkomen en de mate van "grenseffecten". In grote landen met relatief weinig grensgebied, zal het grenseffect amper een rol spelen.

De hierna volgende tabel geeft een indruk van de prijselasticiteit voor de verschillende productsoorten. Alle getoonde elasticiteiten zijn negatief. Anders gezegd: een prijsstijging (in dit geval door accijnsverhoging) resulteert in een verminderde afzettoename. Op gedistilleerde dranken na, is sprake van in-elastisch gedrag.

²⁵ Zie "Accijnsverhoging op tabaksproducten" door EIM (mei 2002). Hierin wordt een overzicht gegeven van de berekende prijselasticiteiten in een groot aantal (internationale) onderzoeken.

tabel 20 prijselasticiteit van alcoholhoudende dranken en tabak

<i>product</i>	<i>Prijselasticiteit</i>
Bier	-0,35
Wijn	-0.68
Gedistilleerd	-1.34
Tabak	-0.5
Motorbrandstoffen	-0,15

Het elastische gedrag van gedistilleerde dranken is mogelijk te verklaren door de gemiddelde kassaprijs die veel hoger dan die van wijn of tabak.

5.4 Effect verhoging accijnzen

Zoals eerder beschreven is de gedachte achter accijnsverhoging meervoudig: én de overheid wil daarmee haar accijnsopbrengsten vergroten, én de overheid wil de consumptie van producten die negatief bijdragen aan de leefomgeving (zoals verkeersveiligheid, gezondheid) ontmoedigen. Om beide doelen te bereiken dienen accijnsverhogingen (en het effect ervan op de productprijs) bijna "onmerkbaar" te zijn voor de consument. Immers, voor hem speelt vooral de kassaprijs een rol. Een opvallende prijsstijging kan ertoe leiden dat een ander (vergelijkbaar) product gekozen wordt. Zelfs kan besloten worden volledig te stoppen met de consumptie ervan: zie bijvoorbeeld de dalende trend van het aandeel rokers²⁶.

Grenseffect

Over de verhoging van accijnzen is de afgelopen jaren veel te doen geweest. Vooral prijsstijgingen van alcohol, tabak en brandstof zijn veelvuldig in het nieuws geweest. Brancheorganisaties wijzen erop dat de verkopen zijn afgenomen. Vooral de grensstreek wordt zwaar getroffen door het prijsverschil met hetzelfde of vergelijkbare producten in het buurland. Zij stellen dat deze "weglek" aan accijnsopbrengsten in de grensstreek zelfs zodanig is dat de totale opbrengst in Nederland afneemt. Wij zitten aan de verkeerde kant van de Laffer curve zo stelt bijvoorbeeld de tabaksbranche²⁷. Door de overheid wordt dat betwist.

Naar aanleiding van dergelijke beweringen, en vragen van Kamerleden (maart 2013), heeft het Ministerie van Financiën nader onderzoek gedaan²⁸. Geconcludeerd werd dat de beschreven grenseffecten niet aantoonbaar zijn en, waar en voor zover aanwezig, gering zijn. Volgens dat ministerieel onderzoek zijn eventuele substitutie-effecten vooral van tijdelijke aard: na verloop van tijd vervallen consumenten in hun oude gebruiksgewoonte. Op andere vragen (september 2013) van Kamerleden is vergelijkbaar gereageerd. Door de Staatssecretaris van Financiën is aanvullend gemeld dat geen rekening is gehouden met grenseffecten door prijsverschillen, want gegevens daarover ontbreken en dus zijn er geen berekeningen en/of inschattingen van gemaakt.

²⁶ Zie "factsheet Continu Onderzoek Rookgewoonten 2013" van Trimbos Instituut (maart 2014). Hierin wordt de ontwikkeling van de rokerspopulatie sinds 1980 beschreven: hun percentage daalt gestaag. Uit andere bronnen (zoals CBS-Statline) volgt een vergelijkbaar beeld.

²⁷ Zie website accijnslek.nl opgesteld door NSO (tabaksdetailhandel) en TZN (brancheorganisatie voor tabaks- en zoetwarengroothandel)

²⁸ Zie de "Grenseffecten rapportage" (gepubliceerd in zomer 2013), met daarin de beantwoording van Kamervragen gesteld door Neppéris en Omtzigt in maart 2013.

Brancheorganisaties wijzen in hun reactie nadrukkelijk op tegenvallende accijnsopbrengsten. Volgens het Ministerie van Financiën zijn die vooral een gevolg van voorraadvorming. Enerzijds bij winkeliers, waardoor consumenten nog lange tijd hun product konden kopen tegen de oude kassaprijs. Anderzijds bij consumenten, die (kort) voor een prijsstijging extra inkochten. Ook wordt gewezen op de lang aanhoudende economische recessie, met als gevolg een dalende gemiddelde consumptie en meer substitutie (bijvoorbeeld van sigaretten naar goedkopere shag).

Kritische beschouwing grenseffect

Door Panteia is in 2014 nader onderzoek gedaan naar de visie, de commentaren en conclusies in de "Grenseffecten rapportage" van het Ministerie van Financiën. In het kort worden enkele reacties hier samengevat en beschouwd.

Het rapport stelt dat een accijnstoename zich niet hoeft te vertalen in een hogere verkoopprijs. Dat klinkt vreemd. Immers, een hoger accijnstarief zal altijd tot een hogere kassaprijs leiden. En als die toch ongewijzigd blijft, dan legt iemand toe: producent, transporteur en/of detailhandel.

Door een toegenomen productprijs in de Nederlandse grensstreek is, nabij de grens, sprake van een *push* naar een *pull* van buitenlandse winkels. De "Grenseffecten rapportage" lijkt uit te gaan van de aankoop van één productsoort en kleine hoeveelheden daarvan (zoals een fles alcoholhoudende drank) in een buurland: push en pull zijn dan gering. Maar dat uitgangspunt is niet reëel. Als namelijk ook andere (veel gebruikte) producten in het buurland goedkoper zijn, is het niet onwaarschijnlijk dat die daar ook gekocht worden. Het combineren van aankopen (zoals wekelijkse boodschappen, brandstof tanken) vergroot namelijk het nut van de consument. Zijn push en pull neemt toe.

Verliezers

Als er sprake is van een grenseffect, dan verliest niet alleen de lokale detailhandel. Ook producenten kunnen hierdoor omzet verliezen. Immers bij boodschappen doen over de grens is het heel goed mogelijk dat consumenten aldaar voor een ander (vergelijkbaar of concurrerend) product kiezen. Ook de Nederlandse overheid is dan verliezer: een deel van de accijnzen vloeit naar het buitenland, en de werkgelegenheid in Nederland komt onder toenemende druk.

Smokkel en namaak

Brancheorganisaties stellen dat omvang van smokkel en namaak toenemen door groter wordende prijsverschillen. Dat hoeft niet altijd het geval te zijn. Zo kent Litouwen een omvangrijke illegale handel in tabakswaaren, terwijl hier de prijzen toch laag zijn. Verwezen wordt naar onderzoek²⁹ waaruit blijkt dat het volume aan smokkel en namaak, ten opzichte van de totale afzet, afgenomen is. Geconcludeerd wordt dat de omvang van smokkel en namaak mede daarom primair bepaald wordt door factoren als pakkans en/of strafmaat.

5.5 Effect verlaging accijnzen

Als de prijs van een product daalt, zal de vraag naar het product stijgen (en andersom). Althans, dat is het theoretische verband (prijselasticiteit). Het geldt overigens voor kleine en geleidelijke prijsveranderingen. De onderhavige situatie wijkt echter af. Zo kan bijvoorbeeld besloten zijn om niet meer te consumeren (zoals stoppen met roken). Of minder te consumeren. Of men is overgestapt op een ander product. Accijnsverlaging biedt in die situaties geen garantie dat consumenten terugkeren naar hun oude leefpatroon. Nieuwe gewoontes zijn langzaam ingeslepen.

²⁹ Zie "Project SUN - study of the illicit cigarette market In the European Union" door KPMG (2014)

Iemand die vanwege prijsstijgingen gestopt is met roken, zal niet zomaar weer gaan roken. Iemand die van product of merk is veranderd en daarover tevreden is, heeft eveneens weinig reden om terug te vallen op zijn productkeuze uit het verleden. Onderzoek uit 2010 in Canada³⁰ naar tabaksconsumptie toont aan dat accijnsverlaging niet tot gebruikstoename zal leiden. Wel maakt het consumptie aantrekkelijk voor "starters". En het reduceert het aantal "stoppers".

Zoals in de voorgaande paragraaf is gemeld, wordt smokkel en namaak vooral bepaald door pakkans en strafmaat. Accijnsverhoging heeft daarop weinig invloed. Eenmaal opgezette illegale activiteiten zullen daarom niet afnemen. Ze zullen eerder toenemen, om de lagere afzet te compenseren. Inperken van deze criminaliteiten, is het meest effectief via een verbetering van het opsporingssysteem (vergroten pakkans) en door strafverhoging.

³⁰ Zie "The failure of Taks Policies To Curb Tobacco Consumption" door Jean-Francois Quellet (2010)

Bijlage 1 **Werkgeverswig**

De werkgeverswig bestaat uit sociale lasten voor de werkgever en uit pensioenlasten. De sociale lasten zijn te onderscheiden naar werknemersverzekeringen en de heffing naar de zorgverzekeringswet. De werknemersverzekeringen verzekeren werknemers tegen het inkomensverlies als ze werkloos, arbeidsongeschikt of ziek worden. Nederland kent de volgende werknemersverzekeringen:

- Werkloosheidswet (WW) en Algemeen werkloosheidsfonds (AWF). De premie WW-AWF is voor 2015 2,07%;
- Wet op de arbeidsongeschiktheidsverzekering (WAO) en Wet werk en inkomen naar arbeidsvermogen (WIA).
Deze wet bestaat uit de volgende regelingen:
 - Inkomensvoorziening volledig en duurzaam arbeidsongeschikten (IVA);
 - Werkhervatting gedeeltelijk arbeidsongeschikten (WGA).
De basispremie voor de WAO/WIA (inclusief kinderopvang) is in 2015 5,75%.³¹
- Gedifferentieerde premie Werkhervattingskas (Whk). Deze omvat:
 - premiedeel WGA voor vaste dienstbetrekkingen (WGA-vast);
 - premiedeel WGA voor flexibele dienstbetrekkingen (WGA-flex);
 - premiedeel ZW voor flexibele dienstbetrekkingen (ZW-flex).De premie is afhankelijk van de grootte van het totale premieloon (klein, middelgroot, of groot)³². Voor kleine bedrijven gelden sectorpercentages. Deze zijn voor de sector detailhandel en ambachten en het grootwinkelbedrijf 1,41% en voor de slaggers en bakkers: 1,77%. Bij grote bedrijven is de premie afhankelijk van het arbeidsongeschiktheidsrisico in het bedrijf. Bij middelgrote bedrijven is het een mix van sectorpercentage en risico;
- Premie sectorfondsen. Deze premie bedraagt voor de detailhandel en ambachten 3,29% en voor het grootwinkelbedrijf 1,84%.

tabel 21 Sociale lasten werkgevers naar de verschillende componenten

Type premie	
Premie WW AWF	9
-Basispremie WAO/IVA/WGA	25
-Premie sectorfondsen	21
-Werkgeversheffing ZVW	42
-Gedifferentieerde premie Whk	3
Totaal	100

Bron: Panteia, mede op basis van CBS

³¹ Bij het in dienstnemen van gehandicapten, oudere en jongere werknemers gelden voor de WW/Awf, WAO/WIA en voor de sectorfondsen kortingen.

³² Voor startende ondernemers en werkgevers met werknemers in het kader van de Wet sociale werkvoorziening (WSW) gelden specifieke regels.

Naast de werkgeversverzekeringen dragen werkgevers ook bij aan de Zorgverzekeringswet. Voor de werkgeversheffing ZVW geldt het hoge percentage van 6,95%. Het belang van de diverse werkgeverspremies voor de detailhandel binnen de post sociale lasten werkgevers zijn weergegeven in tabel 21. De tabel laat zien dat een werkgever het meeste kwijt is aan de werkgeversheffing in het kader van de Zorgverzekeringswet.

Producten en diensten die onder het hoge of lage BTW-tarief vallen

Wat is BTW?

Op alle producten en diensten heft de overheid BTW (belasting over toegevoegde waarde), tenzij sprake is van een vrijstelling, dan wel de goederen worden geëxporteerd. BTW heet ook wel omzetbelasting. Bedrijven berekenen deze belasting door in de consumentenprijzen. De verkoper telt de BTW op bij zijn verkoopprijs. Na verkoop van de producten draagt het bedrijf de BTW af aan de Belastingdienst, nadat het verrekend is met BTW op producten en diensten die hem in rekening is gebracht. De consument betaalt uiteindelijk de BTW over alle producten of diensten die hij koopt. De BTW wordt berekend over de prijs van een product of dienst.

Bij het verkopen van goederen, wordt de BTW opgeteld bij de prijs die berekend wordt voor het goed. De verkoopprijs is dan inclusief BTW. Bij het verlenen van een dienst, wordt de BTW berekend over de vergoeding die daarvoor gerekend wordt.

BTW-tarieven

Er zijn verschillende BTW-tarieven. De Europese BTW-richtlijn is de basis van de BTW-tarieven en BTW-vrijstellingen. In Nederland zijn er 3 BTW-tarieven: 21%, 6% en 0%. Voor een aantal goederen en diensten/bedrijfsactiviteiten is er een vrijstelling voor de BTW.

In Nederland is het algemene tarief voor BTW 21%. Daarnaast bestaan 2 bijzondere tarieven: het 6%-tarief en het 0%-tarief (nultarief). De tarieven zijn in de wet vastgelegd en kunnen dus ook alleen door een wetswijziging worden gewijzigd.

Bijzondere tarieven

6%-tarief

Het tarief van 6% geldt onder andere voor de volgende goederen:

1. Voedingsmiddelen die voldoen aan de eisen van de Warenwetgeving

Voedingsmiddelen zijn eet- en drinkwaren voor menselijke consumptie. Hieronder vallen zowel verse, bereide als verduurzaamde producten. Voedingsmiddelen die niet voldoen aan de eisen van de Warenwetgeving vallen onder het 21%-tarief. De volgende voedingsmiddelen vallen onder het 6%-tarief:

- Eetwaren (*hieronder vallen ook snoepgoed en kauwgom*);
- Dranken (*niet-alcoholhoudend*).

De volgende alcoholhoudende dranken, eetwaren e.d. vallen eveneens onder het 6%-tarief:

- Bier (en biermengsels) met 0,5% alcohol of minder en andere dranken met 1,2% alcohol of minder;
- Eetwaren die alcohol bevatten, zoals bonbons;
- Alcoholhoudende essences die bestemd zijn voor de bereiding van eten en drinken die onder het 6%-tarief vallen;
- *Ingrediënten voor de bereiding van eet- en drinkwaren;*
- *Voedingspreparaten en voedingssupplementen.*

Voorbeelden van voedings- en genotmiddelen die onder het 21%-tarief vallen zijn:

- Pruimtabak en dergelijke genotmiddelen;
- Producten die in het algemeen niet door mensen worden geconsumeerd, bijvoorbeeld spiering die als aasvis aan sportvissers wordt verkocht

2. Geneesmiddelen en hulpmiddelen

Genees- en hulpmiddelen vallen ook onder het 6% tarief als het primair als geneesmiddel is bedoeld. Ook het verhuren, herstellen, onderhouden, aanpassen, passen en gebruiksklaar maken van hulpmiddelen valt onder het 6%-tarief.

3. Boeken en periodieken

Boeken, dagbladen, weekbladen, tijdschriften en andere periodieke uitgaven die minstens driemaal per jaar verschijnen vallen onder het 6%-tarief. Onder het 6%-tarief vallen verder de volgende diensten:

- Inbinden en repareren;
- Verzendwerkzaamheden van drukwerk;
- Verhuren of uitlenen van bovengenoemde boeken en periodieken;
- Verhuren of uitlenen van gegevensdragers waarop bovengenoemde boeken of periodieken zijn ingesproken.

Onder het 21%-tarief vallen bijvoorbeeld:

- Reclamedrukwerk;
- Abonnee- en kabeltelevisie;
- Informatie op bijvoorbeeld videobanden, cd's, cd-roms, dvd's en lp's;
- Via internet aangeboden informatie;
- Digitale nieuwsbrieven die per mail worden verstuurd.

4. Een aantal diensten

Naast de hiervoor met name genoemde diensten, geldt eveneens een verlaagd tarief van 6% voor de volgende diensten:

- Fietsen repareren;
- Schoeisel en lederwaren repareren;
- Kleding en huishoudlinnen repareren;
- Diensten van kappers;
- Werkzaamheden aan woningen;
- Kampeergelegenheid bieden;
- Logies;
- Cultuur en recreatie;
- Uitvoerende kunstenaars;
- Sport waaronder zwembaden en sauna's;
- Personenvervoer;
- Diensten aan agrariërs.

0%-tarief

Voor goederen die geëxporteerd of opgeslagen worden in een douane-entrepot, geldt het 0%-tarief. Dit houdt in dat er geen BTW in rekening gebracht wordt. Het 0%-tarief geldt eveneens voor een aantal diensten waarbij sprake is van grensoverschrijdende activiteiten, zoals internationaal personenvervoer.

Combinatie van goederen en diensten

Wordt er een combinatie van goederen en diensten geleverd die onder verschillende tarieven vallen, dan kunnen zich de volgende situaties voordoen:

Wordt een combinatie van goederen en diensten als 1 goed of dienst aangeboden, dan geldt hierbij het BTW-tarief dat geldt voor het hoofdbestanddeel van de gecombineerde goederen of diensten.

Worden meerdere goederen en diensten voor 1 prijs aangeboden, maar moeten die als afzonderlijke goederen of diensten behandeld worden, dan moet de vergoeding gesplitst worden als voor de afzonderlijke delen een verschillend tarief geldt.

Vrijstellingen

Daarnaast is er een aantal goederen en diensten vrijgesteld van het in rekening brengen van BTW. Het gaat hierbij om de volgende goederen en diensten/bedrijfsactiviteiten:

- Beleggingsgoud;
- Collectieve belangenbehartiging;
- Componisten, schrijvers, cartoonisten en journalisten;
- Financiële diensten en verzekeringen;
- Fondsenwervende activiteiten;
- Gezondheidszorg;
- Jeugd- en jongerenwerk;
- Kansspelen;
- Kantines;
- Kinderopvang;
- Levering roerende bedrijfsmiddelen;
- Lezingen, excursies en rondleidingen;
- Onderwijs;
- Onroerende zaken;
- Postdiensten;
- Radio en televisie;
- Samenwerkingsverbanden (koepelvrijstelling);
- Sociaal-culturele instellingen;
- Sportorganisaties en sportclubs;
- Uitvaartondernemers.

Bijlage 3 Branches in de detailhandel

De indeling in branches is in lijn met de indeling zoals die onder meer gebruikt wordt bij detailhandel.info. In de onderstaande tabel volgt de indeling naar SBI.

tabel 22 branches in de detailhandel (sbi-indeling)

<i>branches</i>	<i>SBI-indeling</i>
Supermarkten	47110, 472
Tankstations	473
Slijterijen	47250
Overig food (excl. tabakszaken)	4721, 47241, 47291, 47222, 47221, 4724, 47242, 4723
Kleding en sport	47722, 4751, 47714, 477715, 47716, 47713, 47712, 47711, 47717, 47718, 47721, 47642, 47643, 47644
Woninginrichting	47593, 47525, 47527, 47526, 47524, 47592, 4753
Huis & Tuin	47761, 47528, 47523, 47521, 47522, 47595, 47596, 47597, 47783, 47791, 47762, 47763
Persoonlijke verzorging	47782, 4777, 47741, 4775
Vrije tijd en educatie (excl. tabak)	4761, 4763, 4762, 47594, 4765, 47641
Tabak- en gemakzaken	4726
Consumenten electronica	4721, 47781, 4742, 4743, 4754
Overig non-food (w.o. warenhuizen)	47191, 47192, 47742, 47789, 47792, 47793
Detailhandel niet-in-winkel (w.o. webshops)	478, 479
Kappers en schoonheidsverzorging	9602