



“Consumenten kopen namelijk vaak niet alleen het bier in het buitenland, maar ook direct hun andere boodschappen”

NOG EEN RONDJE VAN DE BUREN



Bram Berkhout is manager bij het gerenommeerde onderzoeks- en adviesbureau Regioplan. Zijn kantoor staat in het centrum van Amsterdam, schuin tegenover één van de bekendste biercafés van Nederland. “Ik kom er minder dan vroeger”, lacht hij, “werk en familie stellen andere prioriteiten.” Bram is eindverantwoordelijk voor het rapport ‘Nog een rondje van de burens’, dat de effecten van accijnsverhoging op bier in kaart brengt.

uitspraak te doen over de bevolking in het algemeen. Wij gaan daar dan nog iets boven zitten”, legt Bram uit. “Het onderzoek dit jaar is een herhaling van het onderzoek in 2011, dus ruim voordat de laatste accijnsverhoging van kracht werd. Daardoor kunnen we de uitkomsten ook goed vergelijken.”

Bierbelasting kost geld

“We zien dat de bieraafzet in Nederland daalt, en dat de daling nog sterker is in de grensstreek. In België is de bierbelasting bijna de helft van de accijns in Nederland, in Duitsland maar een kwart. Prijzen in het buitenland zijn een stuk lager dan in Nederland vanwege accijns- en btw verschillen. In vergelijking met ons onderzoek in 2011 zien we dat het prijsargument in 2013 nog belangrijker is geworden in de discussie over boodschappen doen in het buitenland. Daardoor levert een accijnsverhoging veel minder op dan waar de overheid rekening mee houdt. Sterker nog, verhoging van de

bierbelasting kost de overheid geld.”

Bram rekent voor: “Wij schatten in dat de verhoging van de bierbelasting die het kabinet in 2013 doorvoerde ongeveer 26 miljoen euro zal opleveren. Dat is overigens dertien miljoen minder, dan waar de regering rekening mee houdt. Tegenover die opbrengst staan ook kosten. De belastingverhoging leidt tot het verlies van 311 banen bij brouwerijen en elders in de bierketen. Die banen kosten ruim 11 miljoen euro aan toegevoegde waarde aan het Bruto Binnenlands Product en 4,2 miljoen euro aan belasting en sociale premies. Ten opzichte van 2011 zal ongeveer 40 miljoen euro aan accijns en BTW-inkomsten weglekken naar het buitenland. In de werkelijkheid zal het verlies aan BTW-inkomsten zelf nog groter zijn. Consumenten kopen namelijk vaak niet alleen bier in het buitenland, maar doen daar ook direct hun andere boodschappen. Bij het bovenstaande hebben we de kosten van eventuele werkloosheidsuitkeringen niet meegenomen.”



Berkhout is duidelijk: “Je ziet dat iedere accijnsverhoging een trendbreuk in de totale bieraafzet tot gevolg heeft. De daling zet versneld door. Hoe dichterbij de grens komt, des te sterker is het effect.” Bij het onderzoek keek Regioplan vooral naar de effecten voor supermarkten en slijterijen. “Het effect in de horeca is buitengewoon lastig te onderzoeken. We hebben sterke vermoedens omdat het daar goedkoper is. De busjes komen

volgeladen weer terug en dragen over hun inkopen geen accijns en BTW af. We hebben zelf niet genoeg informatie om onze publicatie op dit punt wetenschappelijk te onderbouwen.” Die wetenschappelijke onderbouwing neemt Berkhout bijzonder serieus. “Het is noodzakelijk voor de geloofwaardigheid van ons onderzoek. We willen volledig open en transparant zijn over wat en hoe we hebben onderzocht. We hebben

daarin een naam hoog te houden. Onze klanten komen uit de verschillende overheidsgeledingen en uit de private sector. Onder hen bevinden zich alle departementen, een aantal grote en kleinere gemeenten en verschillende provincies. Daarnaast besteden ondernemingen en maatschappelijke organisaties en instellingen regelmatig onderzoek uit aan Regioplan. Dat willen we graag zo houden, vandaar