



Rondje van de buren

De gevolgen van
bieraccijnstoerisme
voor schatkist en brouwers

Namen van de auteurs:

drs. Bram Berkhout
drs. Joris Brekelmans
drs. Marjolein Brink
drs. Geerten Kruis
dr. Walter de Wit

16 november 2011

Managementsamenvatting

In 2009 heeft de Nederlandse overheid een forse accijnsverhoging doorgevoerd. Het is aannemelijk dat door deze accijnsverhoging de economische impact van de Nederlandse brouwerijsector onder druk is komen te staan; daarnaast zijn ook de verschillen met de accijnstarieven in Duitsland en België verder toegenomen. Uit eerdere onderzoeken is bekend dat grote accijnsverschillen tussen buurlanden kunnen leiden tot onwenselijke effecten in de grensstreek.¹ Het is hierdoor immers financieel aantrekkelijk om producten aan de andere kant van de grens te kopen. Nederlandse Brouwers hebben Ernst & Young en Regioplan opdracht gegeven om in kaart te brengen in welke mate Nederlandse consumenten en horecaondernemers in de grensstreek bier inkopen in Duitsland en België, en om een nadere duiding te geven van dit fenomeen.

Uit het onderzoek komt naar voren dat bewoners van de Nederlandse grensstreek een aanzienlijk gedeelte van hun bieraankopen doen in Belgische en met name Duitse supermarkten. Dit heeft negatieve gevolgen voor de Nederlandse schatkist, Nederlandse winkeliers en drankengroothandels in de grensstreek en voor de brouwerijsector zelf. De inwoners van de Nederlandse grensstreek kopen naar schatting 19 procent van hun bieraankopen in het buitenland. Hierdoor loopt de Nederlandse fiscus jaarlijks 20,6 miljoen euro accijns en 15,6 miljoen euro btw mis. Doordat voor veel consumenten de aanschaf van bier een aanleiding is om ook andere boodschappen in Duitsland en België te doen, hebben ook Nederlandse supermarkten relatief veel last van dit fenomeen. Nederlandse brouwers ondervinden nadeel, omdat Nederlandse consumenten in het buitenland over het algemeen buitenlandse merken kopen en zij op deze wijze dus omzet verliezen aan Belgische en Duitse concurrenten.

Aanzienlijk deel grensstreekbewoners koopt bier in Duitsland of België

Een aanzienlijk deel van de Nederlandse grensstreekbewoners koopt bier aan de andere kant van de grens. Ongeveer dertig procent van de inwoners van grensgemeenten die wel eens bier of sterke drank kopen, kochten het afgelopen jaar tenminste één keer bier in Duitsland of België. Ook in gemeenten die iets verder van de grens liggen (tot maximaal 30 kilometer) koopt een substantieel gedeelte van de inwoners bier in het buitenland. Hier is dit percentage bijna twintig procent. Dit komt naar voren uit een enquête onder 1.600 bewoners van de Nederlandse grensstreek. Bij aankopen van Nederlandse consumenten in België gaat het met name om speciaalbieren. Langs de Duitse grens, waar de accijnsverschillen het grootst zijn, koopt men met name pilsener en geeft men ook relatief vaak aan dat de prijs de belangrijkste reden is om bier in het buitenland te kopen.

Accijnsverschillen belangrijke oorzaak voor grensoverschrijdende aankopen

Prijsverschillen zijn een belangrijke reden voor consumenten om bier in het buitenland te kopen. Deze prijsverschillen zijn voor een zeer belangrijk deel toe te schrijven aan verschillen in accijnsbeleid tussen Nederland en haar directe buurlanden. In Nederland dient voor een hectoliter pilsener (à 5 procent alcohol) 32,64 euro afgedragen te worden. Dit is bijna zestig procent meer dan in België (20,53 euro) en bijna 250 procent meer dan in Duitsland (9,44 euro). Doordat accijnzen over het algemeen in de consumentenprijs doorberekend worden, dragen verschillen in accijnsbeleid er uiteindelijk toe bij dat prijzen uiteenlopen. Wanneer we dit vertalen naar een krat bier van 24 flesjes met een bruto prijs van 6,50 euro, dan blijkt dat in Nederland de nettoprijs van dit krat (10,53 euro) 9 procent hoger ligt dan in België (9,65 euro) en 23 procent hoger dan in Duitsland (8,54 euro).²

¹ TNS (2011) Gallup survey of Travellers' imports.
The Swedish Retail Institute, 2009. *Swedish alcohol policy. An effective policy?*
Ernst & Young (2008) Accijnsverhoging op bier: *De Kater komt later*.

² Voor de vergelijkbaarheid zijn wij in deze berekening in zowel Nederland, Duitsland als België uitgegaan van een inhoud van 7,2 liter bier per krat. In werkelijkheid bevatten kratten in Duitsland doorgaans 10 liter en in België 6 liter.

Bij een fust bier van vijftig liter met een bruto prijs van tachtig euro, leidt het verschil in belastingtarief ertoe dat de netto prijs van dit fust in Nederland (114,62 euro) vijf procent hoger ligt dan in België (109,22 euro) en veertien procent hoger dan in Duitsland (100,82 euro).³

Op 1 januari 2009 heeft de Nederlandse regering het accijnstarief op bier verhoogd met maar liefst dertig procent. Hierdoor heeft Nederland op zes landen na het hoogste accijnstarief van de EU. Alleen in de Scandinavische landen, het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Slovenië is de accijns op bier hoger dan in Nederland. Voorafgaand aan de accijnsverhoging hebben Ernst & Young en Regioplan voor de Nederlandse Brouwers in kaart gebracht welke effecten een dergelijke verhoging met zich mee zou brengen. Toen al werd een substantiële toename van grensverkeer voorspeld. Hiernaast werd de verwachting uitgesproken dat de economische impact van de sector negatief beïnvloed zou worden door de voorgenomen maatregel. Dit effect heeft de afgelopen jaren plaatsgevonden, bovenop een aantal andere ontwikkelingen waardoor de sector sowieso al onder druk stond (onder andere de economische crisis en een afnemend marktaandeel). In vergelijking met 2008 is het totaal aantal gecreëerde banen door de productie en verkoop van bier in Nederland afgenomen met 8,6 procent tot 77.100 banen (in brouwerijen, horeca, retail en bij leveranciers). Ook de toegevoegde waarde die de productie en verkoop van bier oplevert is gedaald met 10,7 procent tot 2,79 miljard.

Drie van de vier grote Nederlandse brouwerijen rapporteren sinds de accijnsverhoging een substantiële daling van de verkopen aan groothandels in de grensstreek. Deze daling bedroeg in de periode 2008-2010 gemiddeld 13,1 procent. Ter vergelijking, in deze periode daalde de totale verkoop aan consumenten in Nederland slechts met vijf procent.

Winkeliers en drankengroothandels verliezen omzet

Doordat Nederlandse consumenten in België en Duitsland bier kopen, lopen Nederlandse supermarkten omzet mis. Dit verlies aan omzet blijft niet beperkt tot het bedrag dat consumenten aan bier uitgeven in het buitenland. Bier is namelijk een zogenaamde 'traffic maker'. Dit wil zeggen dat de aankoop van bier bij grensstreekbewoners een belangrijke reden om hun boodschappen in het buitenland te doen. Bij drie op de tien consumenten is het zelfs de belangrijkste of een van de belangrijkste redenen om de grens over te gaan. Meer dan tachtig procent van de Nederlanders die in Duitsland en België bier inkopen, doen dan ook meteen andere boodschappen.

Met name Duitse winkeliers zijn zich ervan bewust dat bier een geschikt product is om Nederlandse consumenten mee te verleiden boodschappen te doen bij hun supermarkt. Wij hebben voorbeelden gevonden van Duitse supermarkten die zich in hun reclame-uitingen rechtstreeks tot Nederlandse consumenten richten en huis-aan-huisfolders verspreiden met aanbiedingen van bier. Ook blijkt dat op diverse fora op het internet Nederlandse consumenten onderling informatie uitwisselen over Duitse en Belgische supermarkten en drankenhandels waar goedkoop bier te krijgen is. Voorbeelden van Duitse ondernemers die zich richten op Nederlandse consumenten en discussies op internetfora zijn opgenomen in bijlage 1 tot en met 3.

Er zijn aanwijzingen dat naast consumenten ook ondernemers bier inkopen in Duitsland en België. Sinds de accijnsverhoging in 2009 heeft een aantal grote Nederlandse brouwers minder verkocht aan groothandelaren aan de Nederlandse kant van de grens en juist meer aan groothandels aan de Duitse en Belgische kant van de grens. De gevonden effecten doen zich met name voor langs de Duitse grens, waar de accijnsverschillen het grootst zijn. Opvallend is dat de toename in de verkoop aan groothandels vooral betrekking heeft op fusten bier. Omdat Nederlands bier niet of nauwelijks in Duitse horecagelegenheden op de tap wordt verkocht, zien groothandels en bierbrouwers dit als een sterke aanwijzing dat ondernemers sinds begin 2009 (meer) bier over de grens inkopen. Inkopen door Nederlandse ondernemers zouden overigens geen negatieve gevolgen moeten hebben voor de

³ De onderliggende berekeningen zijn terug te vinden in paragraaf 2.2.4.

Nederlandse fiscus. Ondernemers zijn immers verplicht aan de grens Duitse en Belgische accijnzen terug te vragen en Nederlands accijns hiervoor in de plaats te betalen.

Schatkist derft inkomsten door bieraankopen in België en Duitsland

Naar schatting kopen Nederlandse grensstreekbewoners 19 procent van hun bieraankopen (62,4 miljoen liter) in Duitse en Belgische supermarkten en drankenhandels. Hierdoor loopt de Nederlandse fiscus jaarlijks 20,6 miljoen euro accijns en 15,6 miljoen euro btw mis. Ter vergelijking: 20,6 miljoen euro is 5,3 procent van de totale opbrengst van accijns op bier voor de Nederlandse overheid in 2010 (388 miljoen euro) en 7,3 procent van de accijns gegenereerd door bierverkopen in de retail (283 miljoen euro).

In onze berekening zijn een tweetal effecten niet meegenomen, waardoor de gederfde inkomsten in werkelijkheid nog hoger zullen zijn. Zo zijn de gederfde overheidsinkomsten door bieraankopen in het buitenland van horecaondernemers niet in onze berekeningen verwerkt. Hiernaast is de aanschaf van bier in het buitenland voor consumenten vaak een andere aanleiding om ook nog andere boodschappen te doen in het buitenland. De btw die de Nederlandse overheid hierdoor misloopt, is ook niet in onze berekening meegenomen.

Negatieve gevolgen voor de brouwerijsector

Meer dan tachtig procent van de aankopen van Nederlandse consumenten in België en Duitsland betreft merken die in Nederland niet of nauwelijks verkrijgbaar zijn. Hierdoor lopen Nederlandse brouwerijen omzet mis ten gunste van buitenlandse brouwerijen. Brouwerijen en drankengroothandels geven hierbij aan dat Duits bier goedkoper is dan bier in Nederland. Dat komt onder andere door het verschil in de hoogte van de accijns, maar ook door een andere accijnsberekening voor kleinere brouwerijen. In Nederland bestaat weliswaar ook een accijnsvoordeel voor kleine brouwerijen, maar dit voordeel is in vergelijking met Duitsland en België relatief gering. Hierdoor ondervinden met name de vier kleine Nederlandse brouwerijen die gevestigd zijn in de grensstreek negatieve consequenties.

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Gevolgen van het Nederlandse accijnsbeleid	4
3	De negatieve effecten van grensoverschrijdende aankopen	19

Bijlagen

1:	Reclame Duitse supermarkt gericht op Nederlandse consumenten	26
2:	Nederlandse fusten op prijslijst Duitse groothandel	27
3:	Artikelen en discussies op internetfora over grensoverschrijdende aankopen	28
4:	Rechte tellingen Consumentenenquête	34
5:	Consumentenenquête	39

1 Inleiding

De productie en verkoop van bier is van substantiële betekenis voor de Nederlandse economie. Het levert banen op, creëert een toegevoegde waarde en de overheid heeft er een goede inkomstenbron aan. De economische impact van bier neemt de laatste jaren echter wel af. De economische neergang, veranderende consumptiepatronen, maar zeker ook een toegenomen accijnsheffing zijn hierop van invloed. In 2009 heeft de Nederlandse overheid de accijnzen op bier voor het laatst verhoogd, met maar liefst dertig procent.

Naast effecten op de economische impact van de biersector bestaat het vermoeden dat de hogere accijnzen consumenten en horecaondernemers in de grensstreek stimuleert in Duitsland en België hun bieraankopen te doen. Een duidelijk beeld van de aard en de omvang van deze grensoverschrijdende bieraankopen bestaat niet. De Nederlandse Brouwers hebben Ernst & Young en Regioplan daarom onderzoek laten doen naar dit fenomeen. In dit rapport doen wij hiervan verslag.

In onze studie stond de vraag centraal wat de aard en omvang is van grensoverschrijdende bieraankopen door bewoners en horecaondernemers uit de grensstreek met België en Duitsland en wat de samenhang is met de accijnsverschillen op bier tussen Nederland en deze twee buurlanden.

1.1 Onderzoeksactiviteiten

De dataverzameling voor het onderzoek bestond uit vijf onderdelen, namelijk:

- 1 Een schriftelijke enquête onder bierbrouwers
- 2 Interviews met bierbrouwers
- 3 Interviews met groothandels in de grensstreek
- 4 Een enquête onder Nederlandse consumenten in de grensstreek
- 5 Data uit aanvullende bronnen

Hieronder werken we alle onderdelen uit.

1 Een schriftelijke enquête onder bierbrouwers

Wij hebben onder de acht Nederlandse bierbrouwers die aangesloten zijn bij de Nederlandse Brouwers een schriftelijke enquête uitgezet. Deze enquête heeft ons kwantitatieve informatie opgeleverd over de ontwikkeling van de bierleveranties van de verschillende brouwers aan drankengroothandels aan zowel de Nederlandse kant van de grens met België en Duitsland als aan de andere kant van de grens.

2 Interviews met bierbrouwers

Bij zeven brouwers heeft ook een interview plaatsgevonden. Dit gesprek diende allereerst om het in de enquête aangeleverde cijfermateriaal door te spreken. Daarnaast is er verder doorgepraat over het beeld van de betrokken brouwer over de aard en omvang van grensoverschrijdende bieraankopen.

3 Interviews drankengroothandels in de grensstreek

Voor het onderzoek hebben we vier Nederlandse drankengroothandels telefonisch geïnterviewd. Twee van deze groothandels waren gevestigd nabij de Duitse grens en twee nabij de Belgische grens. De groothandels is gevraagd naar hun beeld van de markt in hun regio en in hoeverre men concurrentie ondervindt van drankengroothandels aan de andere kant van de grens.

4 Enquête grensstreekbewoners

Door het bureau Synovate hebben wij een enquête laten uitzetten onder grensstreekbewoners. Met deze enquête hebben we kunnen vaststellen of en hoe vaak consumenten de grens overgaan voor drank aankopen, wat men dan in het buitenland koopt en wat hun beweegredenen zijn voor deze grensoverschrijdende aankopen. Ook hebben wij gevraagd welke merken men dan koopt en welke hoeveelheden men per keer aanschaft.

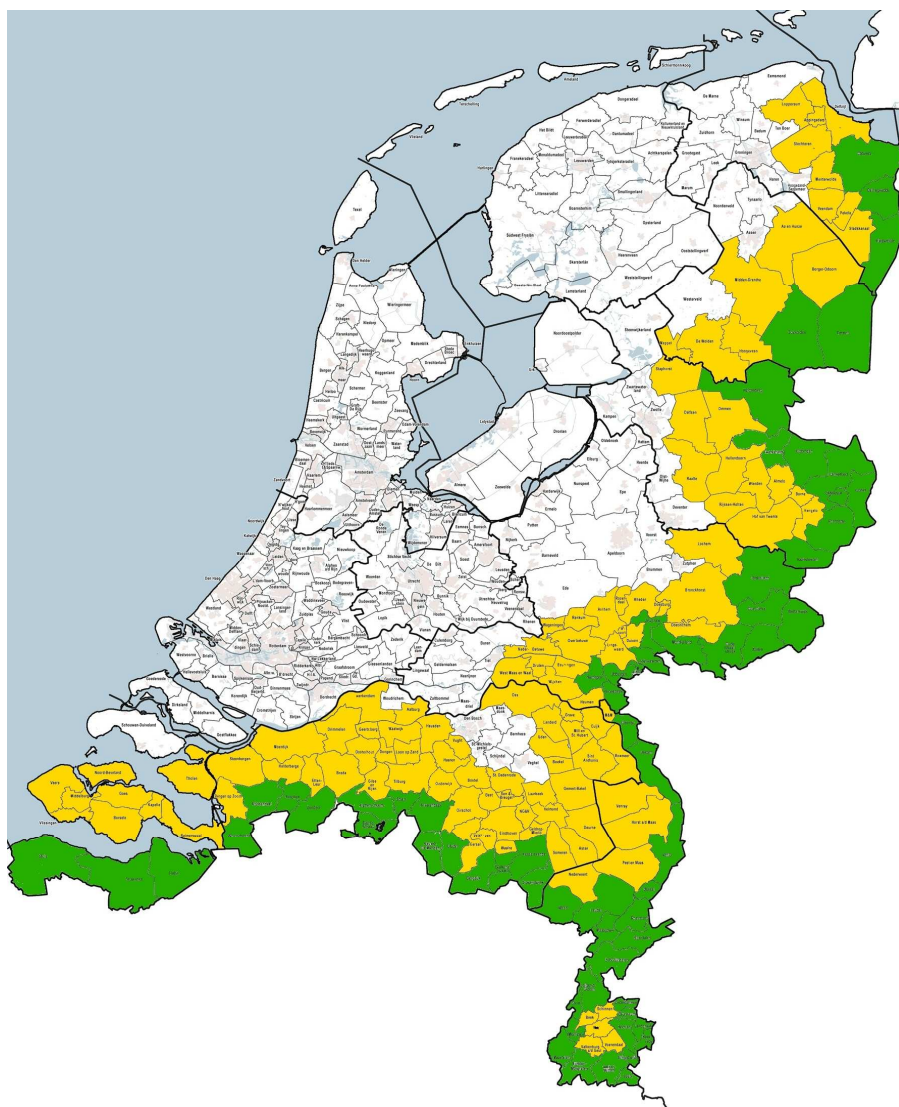
In eerste instantie zijn alleen inwoners benaderd die woonachtig zijn in één van de vijftien Nederlandse gemeenten die een directe grens hebben met België of Duitsland. Om na te gaan of grensoverschrijdende aankopen ook voorkomen in gemeenten die iets verder van de grens liggen zijn in een later stadium van het onderzoek ook personen ondervraagd die wonen in gemeenten tot maximaal 30 kilometer van de grens. In figuur 1.1 (zie volgende pagina) is een overzicht van het onderzoeksgebied weergegeven. Er hebben vierhonderd personen wonend in gemeenten rechtstreeks grenzend aan België en vierhonderd personen uit gemeenten grenzend uit Duitsland (groen gebied op het kaartje) de enquête ingevuld. Hiernaast hebben twee keer 400 personen gevestigd in het iets verder van de grens gelegen gebied de enquête ingevuld (geel gebied op het kaartje). In het onderzoeksgebied wonen in totaal 6.049.000 personen.

Om ervoor zorg te dragen dat met de enquête alleen respondenten bereikt zouden worden die tot de doelgroep behoren, zijn er enkel respondenten geselecteerd die het afgelopen jaar bier en/of sterke drank gekocht hebben (in Nederland of in het buitenland). De reden waarom ook naar sterke drank is gevraagd, is dat de enquête is gecombineerd met een onderzoek dat Regioplan parallel uitvoert voor de Commissie Gedistilleerd. Hiernaast zijn er uitsluitend respondenten van achttien jaar of ouder bevraagd die in het bezit zijn van een rijbewijs B, omdat het in de verwachting ligt dat personen die inkopen over de grens doen in het bezit zijn van een auto.

5 Data uit aanvullende bronnen

Binnen Europa zijn meer landen waarin de accijnzen op bier hoger zijn dan in de aangrenzende buurlanden. In veel van die landen is men ook bekend met het fenomeen van grensoverschrijdende drank aankopen. In een aantal van deze landen is dit fenomeen ook recent onderzocht. De rapportages in deze studies zijn door ons opgevraagd (voor zover beschikbaar) en bestudeerd.

Hiernaast hebben wij internetfora geraadpleegd om te kijken hoe Nederlandse consumenten met elkaar informatie uitwisselden over plaatsen aan de andere kant van de grens waar goedkoop bier verkrijgbaar is (zie bijlage 3). Ook hebben wij websites van en artikelen over Duitse en Belgische supermarkten en drankengroothandels geraadpleegd.



Figuur 1.1: Onderzoeksgemeenten consumentenenquête

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 gaan wij eerst in op het belang van de brouwerijsector en de wijze waarop deze belast wordt. Hierna gaan wij in op de aard en omvang van de grensoverschrijdende bieraankopen. De effecten die dit sorteert voor de Nederlandse overheid, de detailhandel in de grensstreek en de Nederlandse bierbrouwerijen, hebben we uitgewerkt in hoofdstuk 3.

2 Gevolgen van het Nederlandse accijnsbeleid

Met een werkgelegenheidseffect van 77.100 banen (in brouwerijen, horeca, retail en leveranciers) is de brouwerijsector van groot belang voor de Nederlandse economie. Echter, in vergelijking tot 2008 is het totaal aantal gecreëerde banen door de productie en verkoop van bier in Nederland afgenomen met 8,6 procent. Ook de toegevoegde waarde die de productie en verkoop van bier oplevert, is gedaald met 10,7 procent tot 2,79 miljard. Door de verkoop en productie van bier ontvangt de Nederlandse staat 2,16 miljard euro aan inkomsten (accijnzen, btw en belastingen betaald door werknemers). In vergelijking met de ons omringende landen wordt de sector relatief zwaar belast, waardoor het voor consumenten in de grensstreek aantrekkelijker wordt om bier te kopen in het buitenland.

De ruim 6 miljoen inwoners van de Nederlandse grensstreek kopen naar schatting 19 procent van hun bieraankopen in het buitenland (zie ook hoofdstuk 3). Hiernaast heeft sinds de accijnsverhoging in 2009 een aantal grote Nederlandse brouwers minder verkocht aan groothandelaren aan de Nederlandse kant van de grens en juist meer aan groothandels aan de Duitse en Belgische kant van de grens. De gevonden effecten doen zich met name voor langs de Duitse grens, waar de accijnsverschillen het grootst zijn. Opvallend is dat de toename in de verkoop aan groothandels vooral betrekking heeft op fusten bier.⁴ Dit wordt door groothandels en bierbrouwers gezien als aanwijzing dat ook ondernemers sinds begin 2009 (meer) bier over de grens inkopen.

2.1 Economische impact van de biersector

De Nederlandse brouwerijsector heeft een sterke internationale positie. In 2010 is Nederland de grootste bierexporteur in Europa met een export van ruim veertien miljoen hectoliter. Nederland is in Europa het vijfde land als het gaat om bierproductie (na Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Spanje en Polen) en produceert ruim 24 miljoen hectoliter. Ook wereldwijd is Nederland één van de belangrijkste bierexporterende landen. Alleen Mexico exporteert meer bier dan Nederland. Meer dan de helft van de export gaat naar Noord-Amerika. Ruim vier miljoen hectoliter blijft in de Europese Unie. Verder zijn Afrika en Azië belangrijke afzetmarkten.

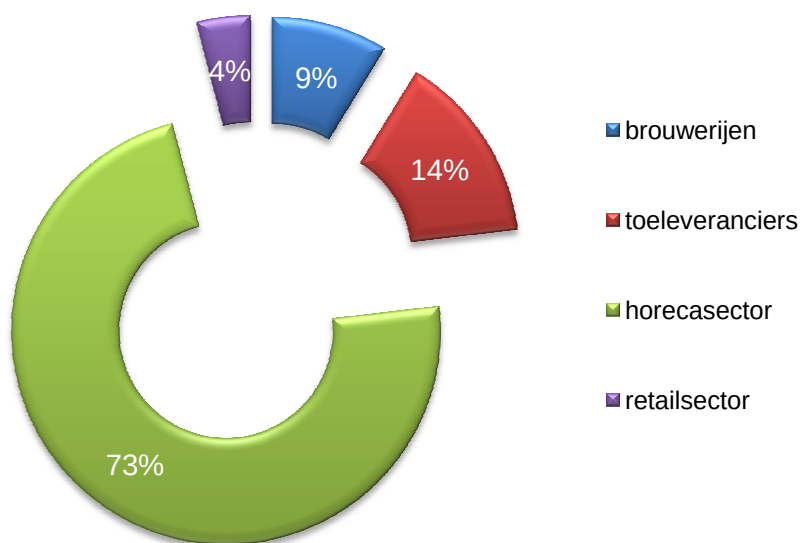
2.1.1 Effect op de werkgelegenheid

Het produceren en consumeren van bier heeft grote economische effecten. Zo is de biersector van aanzienlijk belang voor de werkgelegenheid, zowel direct als indirect. De directe werkgelegenheid betreft het aantal banen bij de brouwerijen zelf. Er werkten in 2010 6.750 mensen bij de brouwerijen.⁵

De indirecte werkgelegenheid betreft de werkgelegenheidseffecten die het gevolg zijn van de productie en verkoop van bier. Brouwerijen moeten voor de productie van bier producten en diensten inkopen, waardoor ook in deze bedrijven banen gecreëerd worden. Het gaat hierbij om ruim 11.000 banen. In de horeca- en retailsector worden ook banen gecreëerd als het gevolg van de verkoop van bier. Dit zijn de geïnduceerde werkgelegenheidseffecten. Ruim 56.100 banen in de horeca en 3.100 banen in de retailsector zijn het gevolg van de productie en verkoop van bier.

⁴ Verkopen aan consumenten voor thuisconsumptie lopen grotendeels via supermarkten en zijn niet in de cijfers van de groothandels terug te vinden.
⁵ Ernst & Young, *The Contribution made by Beer in the European Economy*, 2011.

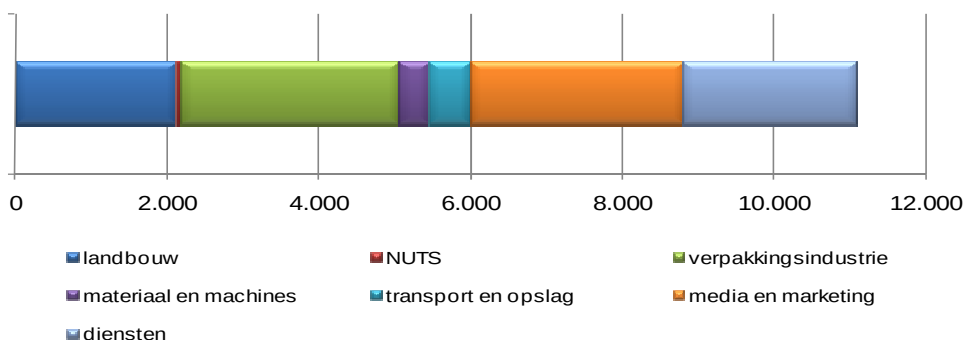
De werkgelegenheidseffecten zijn vooral groot in de horeca, doordat in de horeca de toegevoegde waarde per werknemer een stuk lager is dan in de retailsector (supermarkten, drankenhandels en dergelijke). In vergelijking tot 2008 is het totaal aantal gecreëerde banen door de productie en verkoop van bier in 2010 afgenomen met 8,6 procent.



Figuur 2.1: Totale werkgelegenheidseffecten door de productie en verkoop van bier in 2010: 77.100 banen⁶

Bron: Ernst & Young/Regioplan (2011)

De werkgelegenheidseffecten zijn na de horeca en retail het grootst in de verpakkingindustrie, de media en de marketing- en de dienstensector; respectievelijk 2.900, 2.800 en 2.300 banen kunnen worden toegewezen aan de productie en verkoop van bier.



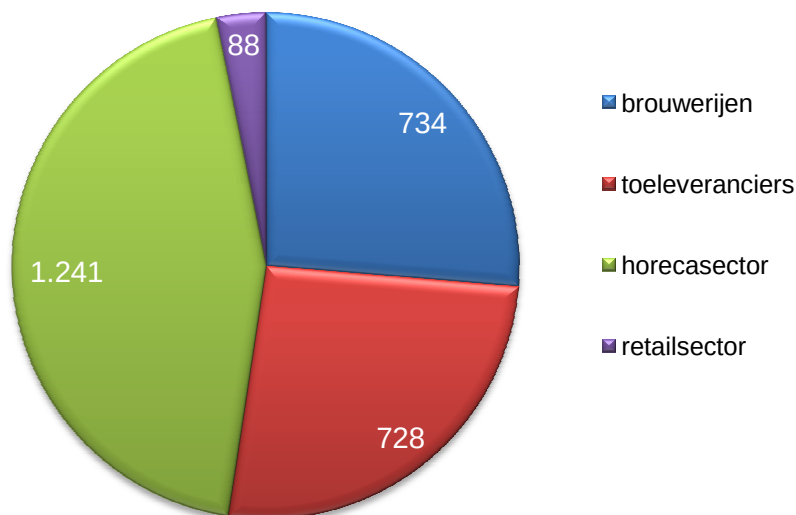
Figuur 2.2 Indirecte werkgelegenheidseffecten bij toeleveranciers in 2010

Bron: Ernst & Young/Regioplan (2011)

⁶ Door afrondingsverschillen tellen de werkgelegenheidseffecten in de afzonderlijke sectoren (zoals weergegeven in de tekst) niet exact op tot 77.100 banen.

2.1.2 Toegevoegde waarde van de sector

De gecreëerde banen dragen bij aan de Nederlandse economie in termen van een toegevoegde waarde. In 2010 is de toegevoegde waarde van de 77.100 banen geschat op 2,8 miljard euro. De brouwerijen hebben een aandeel in de totale toegevoegde waarde van 25 procent. Dit is veel hoger dan het aandeel dat de brouwerijen in de totale werkgelegenheid hebben als gevolg van de productie en verkoop van bier (9%). Dit komt doordat de toegevoegde waarde per werknemer in de brouwerijsector hoger is dan in veel van de toeleverende sectoren. In vergelijking tot 2008 is de toegevoegde waarde die gecreëerd is door de productie en verkoop van bier afgenomen met 10,7 procent.

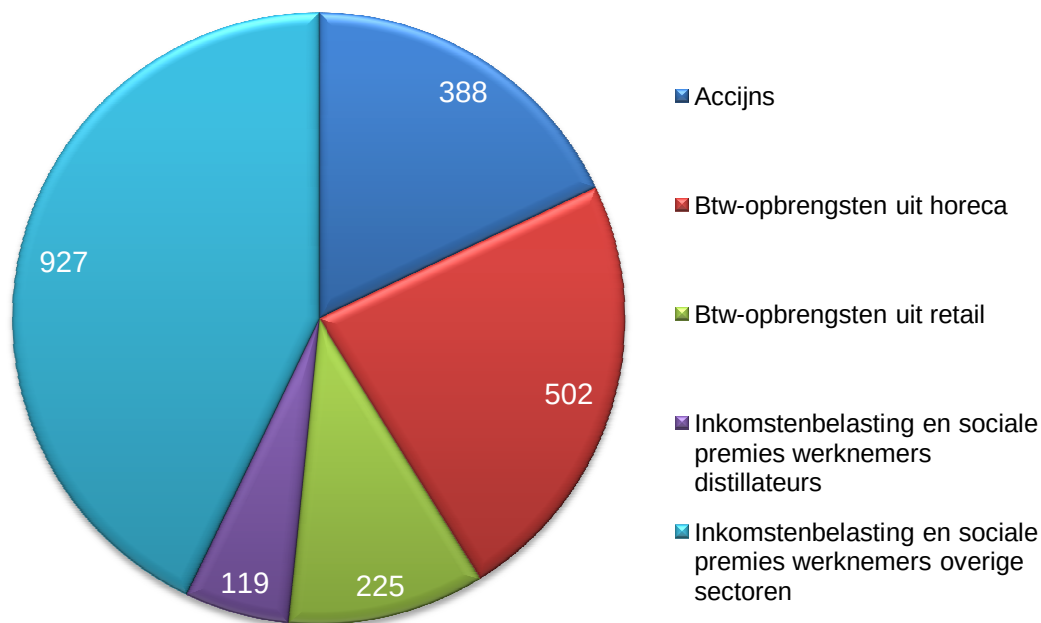


Figuur 2.3: Toegevoegde waarde door de productie en verkoop van bier in 2010: 2.790 miljoen euro

Bron: Ernst & Young/Regioplan (2011)

2.1.3 Overheidsinkomsten

De productie en verkoop van bier genereert ook een behoorlijke som aan overheidsinkomsten. Voor 2010 zijn de opbrengsten voor de overheid van de productie en verkoop van bier geschat op 2,16 miljard euro. Dit betreft alleen de opbrengsten aan accijns, btw, inkomstenbelasting en sociale premies. Andere opbrengsten zoals vennootschapsbelasting zijn hierin niet opgenomen, wat betekent dat de totale opbrengsten voor de overheid nog hoger zijn.



Figuur 2.4: Overheidsinkomsten als gevolg van de productie en verkoop van bier: 2,16 miljard euro

Bron: Ernst & Young/Regioplan (2011)

Voorgaande maakt duidelijk dat de economische impact van bier in termen van werkgelegenheid, toegevoegde waarde en de overheidsopbrengsten aanzienlijk is. Dit komt mede doordat het productieproces van bier kostbaar is. In termen van toegevoegde waarde draagt bier dan ook meer euro bij aan de Nederlandse economie dan wijn en gedestilleerde dranken. Wijn en sterke drank worden voor een groot deel in het buitenland vervaardigd. De toegevoegde waarde van bier komt daarentegen ook ten goede aan de toeleveranciers in Nederland. De biersector is een echte Nederlandse sector en is een belangrijke motor voor diverse andere sectoren.

De economische impact van bier staat echter wel onder druk. De cijfers over 2010 tonen een afnemend werkgelegenheidseffect en een lagere toegevoegde waarde dan in 2008. Deze afname heeft meerdere oorzaken. De Nederlandse economie is vanaf eind 2008 volop meegenomen in de wereldwijde economische neergang en daarnaast zet de trend zich voort dat ook in Nederland de gemiddelde bierconsumptie per hoofd van de bevolking is afgenomen. Echter, de forse accijnsverhoging per 1 januari 2009 en de daarmee gestegen consumentenprijzen voor bier, heeft ook zeker een negatieve invloed gehad op de Nederlandse bierverkopen en daarmee op de economische impact van bier. In paragraaf 2.2 gaan we dieper in op het Nederlandse accijnsbeleid.

2.2 Accijnsbeleid in perspectief

2.2.1 Nederlandse alcoholaccijnzen

Alcoholaccijns is de verbruiksbelasting die geheven wordt over alcoholhoudende dranken. Dit verschaft inkomsten aan de staat.

De hoogte van de accijns is afhankelijk van het soort product. Deze worden in Nederland onderverdeeld in gefermenteerde dranken (bier en wijn) en niet-gefermenteerde dranken (gedistilleerd). Gedistilleerd valt in de accijnsheffing uiteen in tussenproducten (bijvoorbeeld port, sherry en vermout) en andere alcoholhoudende producten (zoals jenever). Voor bier is het accijnstarief afhankelijk van het alcoholpercentage (percentage Plato) en het productievolume van een brouwerij. Voor zelfstandige brouwerijen die gemiddeld per jaar niet meer produceren dan 200.000 hectoliter bier geldt het 'Bijzonder tarief', voor alle andere brouwerijen het 'Normaal tarief'.

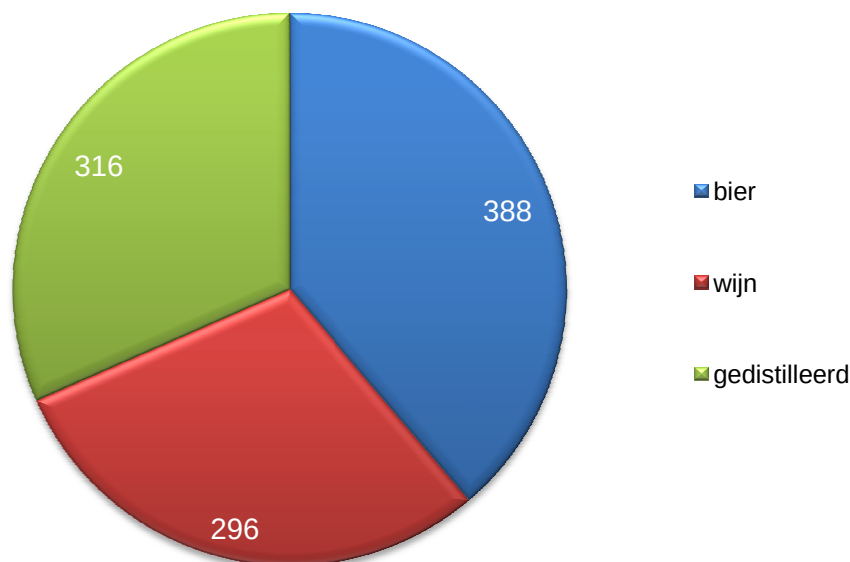
Soort	Ingangsdatum	Tarief per hectoliter
Normaal tarief, Percentage Plato		
– Minder dan 7	1-4-2002	€ 5,50
– 7 tot 11	1-4-2002	€ 18,84
	1-1-2009	€ 24,49
– 11 tot 15	1-4-2002	€ 25,11
	1-1-2009	€ 32,64
– 15 of meer	1-4-2002	€ 31,40
	1-1-2009	€ 40,82
Bijzonder tarief, Percentage Plato		
– Minder dan 7	1-4-2002	€ 5,50
– 7 tot 11	1-4-2002	€ 17,43
	1-1-2009	€ 22,65
– 11 tot 15	1-4-2002	€ 23,23
	1-1-2009	€ 30,19
– 15 of meer	1-4-2002	€ 29,05
	1-1-2009	€ 37,76

Tabel 2.1 Accijns op bier

Bron: website Douane, september 2011

2.2.2 Accijnsopbrengsten

Doordat de bierconsumptie is afgenomen, is ondanks een tariefstijging van dertig procent de accijnsopbrengst in 2010 ten opzichte van 2008 maar met 22 procent gestegen. De afname van de bierconsumptie kent meerdere oorzaken. Een oorzaak is de accijnsverhoging, maar ook de economische crisis zal hierbij zeker een rol gespeeld hebben. In 2010 heeft de verkoop van bier de Nederlandse staat 388 miljoen aan accijnsopbrengsten opgeleverd (waar voorafgaand aan de accijnsverhoging nog 418 miljoen verwacht werd), in 2008 waren deze opbrengsten nog 318 miljoen. De accijnsopbrengsten uit bier bedroegen in 2010 38,8 procent van het totaal aan accijnsopbrengsten op alcoholische dranken in dat jaar; in 2008 was dit percentage nog 33,4 procent. In vergelijking met de stijging van het accijnstarief zijn de extra accijnsopbrengsten die door deze stijging gerealiseerd zijn beperkt.



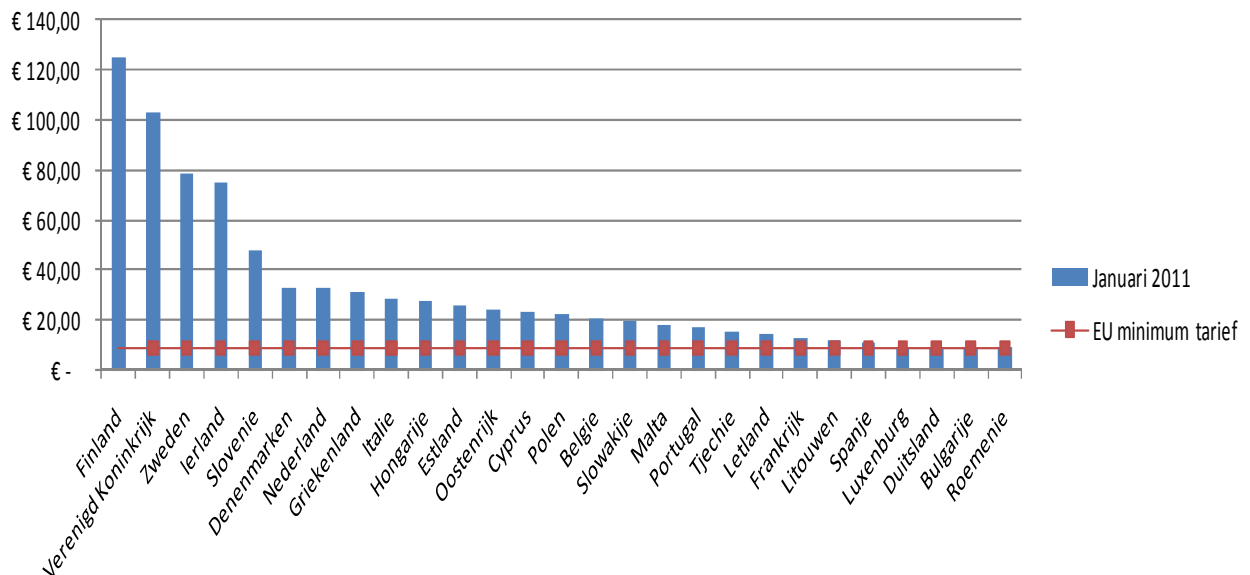
Figuur 2.5: Accijnsopbrengsten (x 1.000.000) in 2010

2.2.3 Vergelijking met Europese landen

Op Europees niveau zijn er richtlijnen opgesteld over de harmonisatie van de accijnzen in de interne markt van de Europese Unie.⁷ Het doel van de richtlijnen is om te komen tot een afschaffing van de (fiscale) grenzen en het voorkomen van concurrentie als gevolg van te grote onderlinge verschillen in wetgeving en tarieven. De tariefrichtlijnen regelen echter voor de verschillende categorieën accijnsgoederen alleen de minimumtarieven binnen de EU. Dit minimumtarief is negen euro. Er zijn geen maximumtarieven, waardoor lidstaten vrij zijn om daarboven hun accijnstarief te bepalen. Hierdoor bestaan er nog altijd grote verschillen in accijnzen tussen de verschillende lidstaten.

Uit figuur 2.6 blijkt dat de accijnstarieven in de verschillende EU-staten sterk uiteenlopen. Het gaat hier om de situatie zoals die begin 2011 gold. Binnen de EU heeft Nederland op zes landen na het hoogste accijnstarief. Alleen in de Scandinavische landen, het Verenigd Koninkrijk, Ierland en Slovenië is de accijns op bier hoger dan in Nederland.

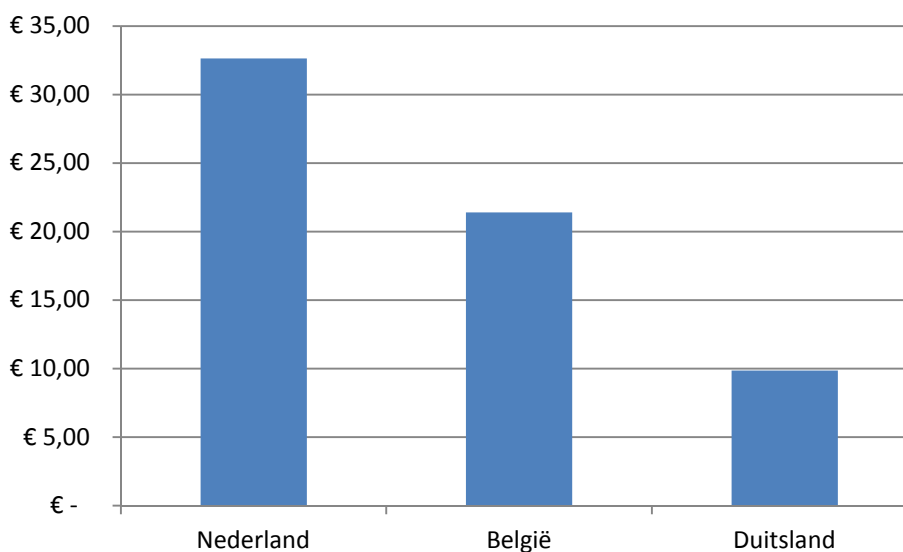
⁷ Richtlijn 92/84 van 19 oktober 1992 harmoniseert de tarieven voor alle alcoholhoudende dranken, waaronder bier. Artikel 6 van EU richtlijn 92/84 bepaalt dat de Lidstaten de minimumtarieven voor de bieraccijns dienen te respecteren.



Figuur 2.6: accijnstarieven per hectoliter bier, 12 graden Plato/ 5 procent alcohol (in euro, januari 2011)
Bron: Brewers of Europe, 2011

2.2.4 Accijnsverschil met Duitsland en België

Belangrijker dan de verschillen in accijnstarieven tussen alle EU lidstaten is het feit dat het Nederlandse accijnstarief op bier hoger is dan het tarief dat in onze directe buurlanden gehanteerd wordt. Waar in Nederland in 2011 voor een hectoliter reguliere pilsener 32,64 euro accijns betaald wordt, ligt dit bedrag in België op 20,53 euro en in Duitsland slechts op 9,44 euro. Dit betekent dat het accijnsniveau in Nederland bijna 60 procent hoger ligt dan in België en bijna 250 procent hoger dan in Duitsland.



Figuur 2.7: accijnstarieven in Nederland en buurlanden (per hectoliter bier, 12 graden Plato/ 4,8 procent alcohol, januari 2011) Bron: Brewers of Europe, 2011

Aangezien accijnsverschillen zich doorvertalen in de consumentenprijs leidt dit tot prijsverschillen tussen Nederland en haar buurlanden. Door de accijnsstijging in 2009 is dit verschil groter geworden. Wanneer er wordt uitgegaan van een krat pils van 7,2 liter dit dat in Nederland per krat ongeveer 2,35 euro aan accijns betaald wordt.⁸ In België wordt voor een krat van gelijke omvang 1,48 euro accijns betaald en in Duitsland 0,68 euro. Wanneer we uitgaan van een brutoprijs van 6,50 euro betekent dit in Nederland een nettoprijs van 10,53 euro. Dit is negen procent hoger dan in België (9,65 euro) en drieëntwintig procent hoger dan in Duitsland (8,54 euro) (zie tabel 2.2). Deze verschillen in verkoopprijs worden uitsluitend veroorzaakt door verschillen in belastingtarieven.

Wanneer we een soortgelijke rekensom maken voor de prijs van een fust bier (zie tabel 2.2) en daarbij uitgaan van een gemiddelde bruto prijs van tachtig euro, dan blijkt dat de netto prijs van dit fust in Nederland (114,62 euro) vijf procent hoger ligt dan in België (109,22 euro) en veertien procent hoger dan in Duitsland (100,82 euro).

Krat pils in de supermarkt	NL	BE	DU
Bruto prijs krat pils 7,2 liter	6,50	6,50	6,50
Accijns per 7,2 liter	2,35	1,48	0,68
Prijs krat inclusief accijns (excl. btw)	8,85	7,98	7,18
Btw bedrag	1,68	1,68	1,36
Netto prijs krat 7,2 liter	10,53	9,65	8,54
Fust in de groothandel	NL	BE	DU
Bruto prijs fust 50 liter	80,00	80,00	80,00
Accijns per 50 liter	16,32	10,26	4,72
Prijs fust inclusief accijns (excl. btw)	96,32	90,26	84,72
Btw bedrag	18,30	18,96	16,10
Netto prijs fust 50 liter	114,62	109,22	100,82

Tabel 2.2: doorwerking accijnsverschillen in de prijs van een krat bier van 7,2 liter à 6,50 euro (bruto) in de supermarkt en een fust van 50 liter à 80 euro (bruto) in de groothandel.

De vier kleine Nederlandse brouwerijen die gevestigd zijn in de grensstreek hebben een extra nadeel ten opzichte van hun Duitse en Belgische concurrenten. Dit komt doordat in Duitsland en België een verlaagd accijnstarief geldt voor kleine brouwerijen (zie tabel 2.3). In Nederland is dit in veel mindere mate het geval. Over bier van Nederlandse brouwerijen met een productie van minder dan 200.000 hectoliter dient 30,19 euro accijns afgedragen te worden. Dit is 7,5 procent minder dan het standaardtarief. Bij Belgische brouwerijen kan deze korting oplopen tot dertien procent (17,86 euro) en in Duitsland tot 44 procent (5,29 euro). Wanneer we dit vertalen naar een krat bier van 6,50 euro bruto, betekent dit dat bij een productie tussen de 25.000 en 40.000 hectoliter in Nederland de nettoprijs (10,32 euro⁹) 10 procent hoger ligt dan in België (9,42 euro) en 32 procent hoger dan in Duitsland (7,80 euro).

⁸ Dit is als volgt berekend: $7,2 \text{ liter} \times 32,64 / 100 = €2,35$.

⁹ Dit is als volgt berekend: $(6,50 + (6,50 \times 30,19 / 100)) \times 119\% \text{ (btw)} = €10,32$.

	Productie	Tarief per hectoliter	% verschil met Nederland
Nederland	=<200.000 hl.	€ 30,19	-
	>200.000 hl.	€ 32,64	-
Duitsland	<=5.000 hl	€ 5,29	571%
	<=10.000 hl	€ 6,35	475%
	<=20.000 hl	€ 7,41	407%
	<=40.000 hl	€ 7,94	380%
	>40.000 hl	€ 9,44	320%-346%
België	<=12.500 hl	€ 17,86	169%
	<=25.000 hl	€ 18,45	164%
	<=50.000 hl	€ 19,05	158%
	<=75.000 hl	€ 19,64	154%
	<=200.000 hl	€ 20,24	149%
	>200.000 hl	€ 20,53	159%

Tabel 2.3: accijnstarieven in Nederland en buurlanden (per hectoliter bier, 12 graden Plato/ 5 procent alcohol, januari 2011) voor brouwerijen met een verschillende productieomvang. Bron: Brewers of Europe, 2011

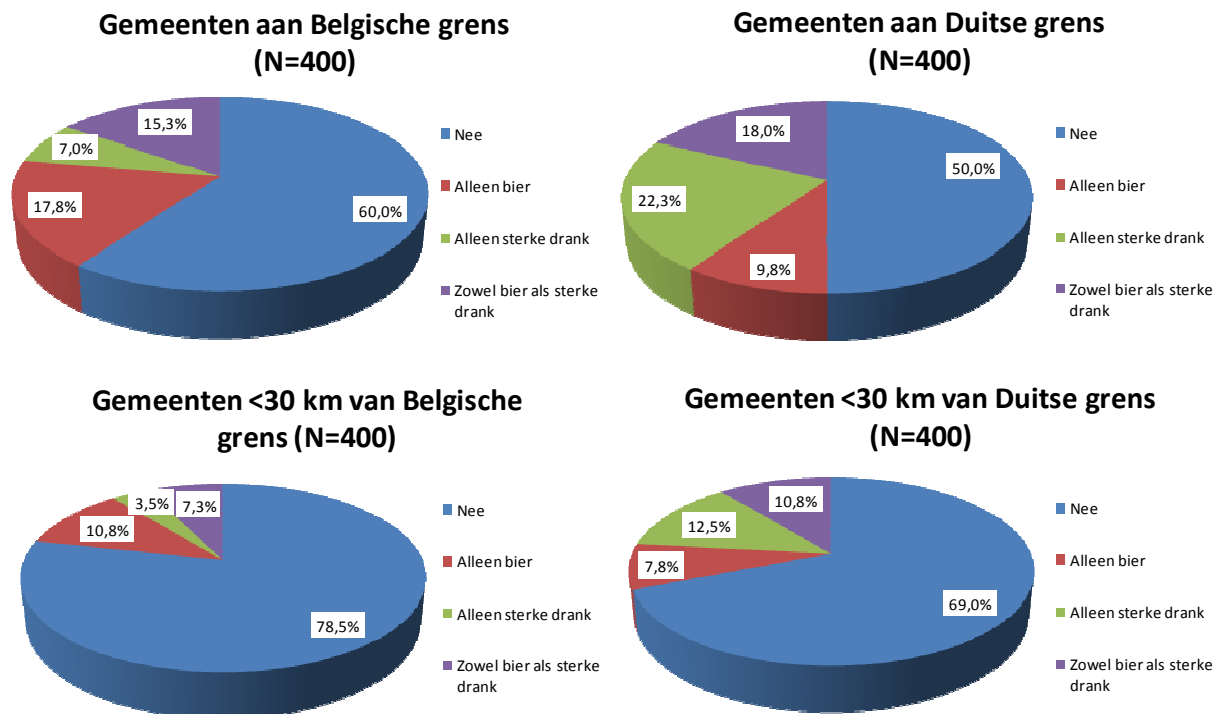
2.3 Gevolgen in de grensstreek

Hiervoor is aangegeven dat er in Nederland meer accijns op bier wordt geheven dan in onze directe buurlanden België en Duitsland. Uit buitenlandse literatuur is bekend dat het door accijnsverschillen met buurlanden voor grensbewoners uit een land met hogere tarieven aantrekkelijk is om bier in het buitenland te kopen. Binnen de Nederlandse biersector bestaat al lange tijd het vermoeden dat grensoverschrijdende bieraankopen ook hier voorkomen en dat het daarbij zowel gaat om consumenten als om horecaondernemers die drank over de grens inslaan. In ons onderzoek hebben we geprobeerd om kwalitatief, en waar mogelijk kwantitatief, antwoord te geven op de vraag of en in welke omvang grensoverschrijdende bieraankopen voorkomen.

2.3.1 Bieraankopen door consumenten

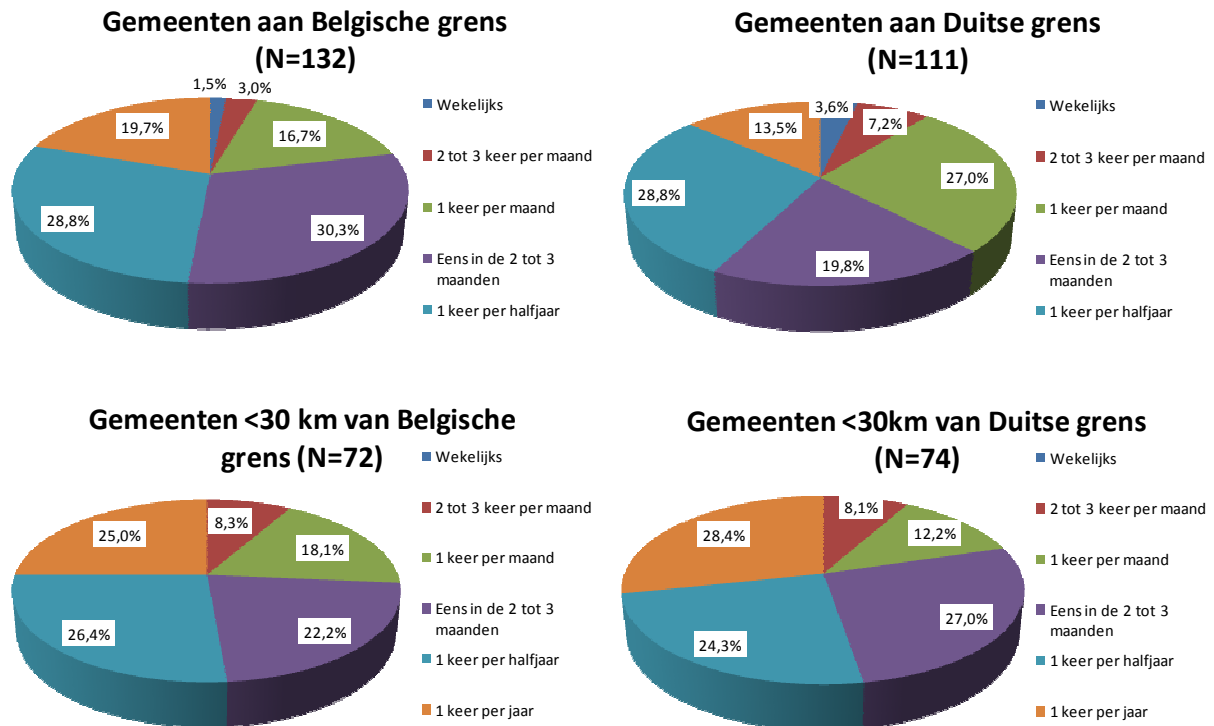
Het hardste bewijs voor grensoverschrijdende bieraankopen komt uit onze consumentenenquête. Hierbij zijn vragen voorgelegd aan personen wonend in gemeenten direct gelegen aan de grens en aan personen die wonen in gemeenten die iets verder van de grens (maximaal 30 kilometer) gesitueerd zijn. In deze enquête is de uiteindelijke responsgroep (personen van 18 jaar of ouder die in het bezit zijn van een rijbewijs en in het afgelopen jaar bier en/of sterke drank hebben gekocht) gevraagd of ze het afgelopen jaar wel eens voor bieraankopen de grens overgegaan zijn. 33 procent van de respondenten wonend direct langs de Belgische grens en 28 procent van de respondenten wonend direct langs de Duitse grens heeft deze vraag positief beantwoord. Zij hebben dus het afgelopen jaar in België of in Duitsland bier gekocht (zie figuur 2.8).

Ook in gemeenten die iets verder van de grens liggen koopt een substantieel gedeelte van de inwoners bier in Duitsland of België. Van de respondenten uit gemeenten tot maximaal 30 kilometer van de Belgische grens heeft het afgelopen jaar 18 procent bier gekocht in België. In gemeenten tot 30 kilometer van de Duitse grens ligt dit percentage op ongeveer 19 procent. Er kan dus geconcludeerd worden dat grensoverschrijdende aankopen zich niet uitsluitend tot de directe grensstreek beperken.



Figuur 2.8: Heeft u in de afgelopen 12 maanden bier of sterk alcoholische drank vlak over de grens in Duitsland of België gekocht? Bron: Consumentenenquête Ernst & Young/Regioplan, 2011

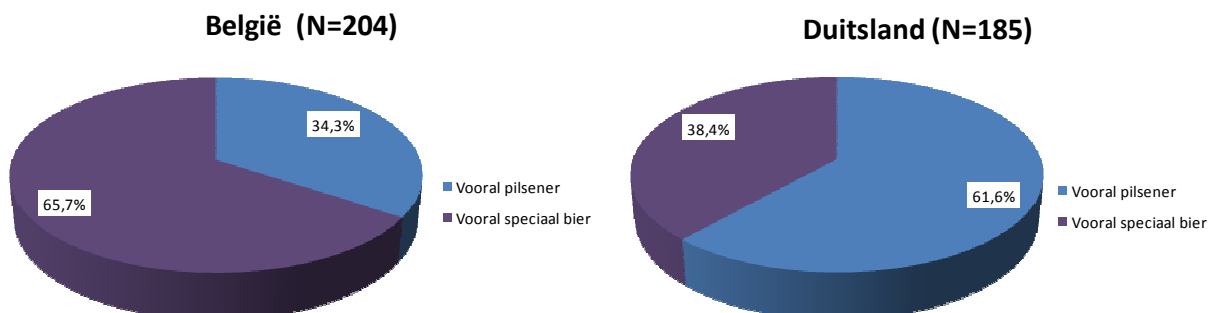
Respondenten langs de Duitse grens gaven aan frequenter (dat wil zeggen een groter aantal keren per jaar) de grens over te gaan om bier aan te schaffen dan de respondenten langs de Belgische grens. Ook komt naar voren dat personen die in grensgemeenten wonen frequenter bier in het buitenland aanschaffen dan personen die verder bij de grens vandaan wonen (zie figuur 2.9).



Figuur 2.9: Hoe vaak hebt u in de afgelopen 12 maanden bier vlak over de grens in Duitsland of België gekocht? Vraag gesteld aan consumenten die minimaal eens per jaar bier over de grens kopen.

Bron: Consumentenenquête Ernst & Young/Regioplan, 2011

Een andere opvallende uitkomst uit onze consumentenenquête is dat 65 procent van de respondenten die de Belgische grens overgaan om bier aan te schaffen hier voornamelijk speciaal bier aanschafft (zie figuur 2.10). Langs de Duitse grens, waar de accijnsverschillen met Nederland relatief veel groter zijn, ligt dat net omgekeerd; in Duitsland koopt men met name pilsener. Verder kwam uit de enquête naar voren dat de hoeveelheid bier die wordt ingekocht sterk verschilt tussen de respondenten. Sommige personen kopen slechts enkele blikken of flesjes per keer, terwijl anderen tot wel meer dan tien kratten inslaan.



Figuur 2.10: Koopt u vlak over de grens vooral pilsener of speciaal bier?

Bron: Consumentenenquête Ernst & Young/Regioplan, 2011

Ook geven bewoners langs de Duitse grens relatief vaker dan die langs de Belgische grens aan dat de prijs een van de redenen is om bier over de grens te kopen. Zie tabel 2.2

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Het is goedkoper	38,7%	51,9%
Er is een groter aanbod van bier	43,6%	29,2%
Er is lekkerder bier te koop	47,5%	44,3%
Ik vind het prettiger winkelen daar	9,3%	11,9%
Ik doe al mijn boodschappen daar	6,9%	10,8%
Anders	19,6%	19,5%
Totaal*	165,6%	167,6%

Tabel 2.4: Wat is de reden dat u bier vlak over de grens koopt en niet in Nederland?

Bron: Consumentenenquête Ernst & Young/Regioplan, 2011

* Totaal telt niet tot honderd procent op omdat het mogelijk is meerdere antwoorden op deze vraag te geven.

In gesprekken met de drankengroothandels en bierbrouwers is ook aangegeven dat Duitse supermarkten langs de Nederlandse grens zich in hun marketing vaak rechtstreeks op Nederlandse consumenten richten met aanbiedingen van goedkoop bier. De supermarkten adverteren in lokale kranten met Nederlandstalige advertenties of men verspreidt huis-aan-huis Nederlandstalige folders met bieraanbiedingen. In bijlage 1 staat een voorbeeld van een advertentie in de lokale krant in Haaksbergen en bijlage 3 en 4 bevatten artikelen die wij in kranten en op websites gevonden hebben die er op duiden dat Duitse ondernemers zich rechtstreeks op Nederlandse consumenten richten. Deze op Nederlandse grensbewoners gerichte marketing zien wij als een bewijs dat Duitse supermarkten zich goed bewust zijn dat Nederlandse consumenten bereid zijn de grens over te steken om bier of sterke drank te kopen. Het is blijkbaar een interessante markt.

Het grootste gedeelte van de verkoop van bier aan Nederlandse consumenten vindt plaats in supermarkten. Supermarkten kopen in het algemeen hun bier, net als andere levensmiddelen, centraal in en distribueren dit via hun eigen distributiecentra. Geen van de bierbrouwers kon ons om die reden cijfermateriaal aanleveren over de ontwikkeling in de verkoop van hun bier via supermarkten in de grensstreek.

De interesse onder Nederlandse grensstreekbewoners om goedkoop bier te kopen in het buitenland leiden wij ten slotte ook af uit allerlei internetfora waarop informatie wordt uitgewisseld over bij welke supermarkten goedkoop bier verkrijgbaar is. In onderstaand kader hebben wij bijvoorbeeld een bericht opgenomen dat wij vonden op de website www.fok.nl. Op andere websites, zoals bijvoorbeeld www.grensgangers.nl, zijn vergelijkbare berichten te vinden.

Voorbeeld van berichten op internetfora

Hallo,

Weet iemand een adresje in Duitsland waar je drank en bier kunt kopen? Ik woon in omgeving Hardenberg. De prijzen zijn daar nogal lager ivm accijnzen, ideaal voor een feestje! Bedankt

Ga naar de Kaufland of Marktkauf in Nordhorn 🍺😊🍺 Veel sterke drank en ook veel soorten bier 🍺😊🍺 En ook niet zo duur

Bron: fok.nl

Belangrijk is dat de uitkomsten van de consumentenenquête een goed beeld geven van de omvang van de grensoverschrijdende bieraankopen door consumenten in het afgelopen jaar. Interessant is ook het antwoord op de vraag of en in welke mate deze grensoverschrijdende bieraankopen zijn toegenomen nadat per 1 januari 2009 de accijns op bier met dertig procent is gestegen. Dit hebben we echter niet kunnen vaststellen op basis van onze consumentenenquête. Het feit dat de accijnsverhoging inmiddels ruim tweeënhalf jaar geleden is doorgevoerd, maakt dat consumenten nu niet meer valide gevraagd kan worden of zij nu meer bier in het buitenland kopen dan voor 1 januari 2009. Uit buitenlandse studies naar grensoverschrijdende bieraankopen valt echter wel te concluderen dat een accijnsverhoging resulteert in een toename van het grensverkeer. Uit recent onderzoek komt bijvoorbeeld naar voren dat Finland te maken heeft met veel grensoverschrijdende bieraankopen¹⁰. Finland kent sinds 2010 het hoogste accijnstarief voor alcohol in de EU. Dit heeft als gevolg dat de privéaankopen van bier in Estland, waar de prijzen veel lager liggen, zijn gestegen in het begin van 2011. Voor bier geldt dat er 21 procent meer bier over de grens is meegenomen dan voor die periode. Overigens gaat het niet alleen om drank; ook andere producten worden gekocht vanwege het prijsverschil.

2.3.2 Bieraankopen door horecaondernemers

In het onderzoek hebben we geprobeerd om ons een beeld te vormen van grensoverschrijdende bieraankopen door ondernemers uit de grensstreek. We hebben op dit punt minder kwantitatieve data gevonden dan voor de aankopen die consumenten over de grens doen. Consumentenaankopen van bier in het buitenland zijn legaal, op voorwaarde dat het uitsluitend aankopen voor eigen gebruik betreffen. Aankopen in het buitenland door ondernemers zijn alleen legaal wanneer bij de grens de buitenlandse accijnzen worden teruggevraagd en hiervoor in de plaats Nederlandse accijnzen worden afgedragen.

Bierafzet in de grensstreek

Het meest harde bewijs voor grensoverschrijdende bieraankopen door ondernemers komt uit de kwantitatieve data die wij aan de hand van de schriftelijke enquête hebben opgevraagd bij de acht brouwerijen die aangesloten zijn bij de Nederlandse brouwers. Hieruit blijkt dat er na 2008 een duidelijke daling is ingezet in het volume bier dat wordt verkocht aan drankengroothandels in de Nederlandse grensstreek. Groothandels zijn het belangrijkste aanvoerkanal van bier naar Nederlandse horeca. Drie van de vier grote Nederlandse brouwerijen rapporteren sinds de accijnsverhoging een substantiële daling van de verkopen aan groothandels in de grensstreek. Deze daling bedroeg in de periode 2008-2010 gemiddeld 13,1 procent. Ter vergelijking, in deze periode daalde de totale verkoop aan consumenten in Nederland slechts met vijf procent.

Uit de enquête blijkt dat het op basis van de cijfers van de kleinere brouwerijen moeilijker is om dergelijke verbanden te kunnen leggen, omdat hun cijfers vaak sterk schommelen tussen jaren en incidentele leveringen relatief grote effecten kunnen hebben.

Tegenover de door de grote bierbrouwers gerapporteerde daling in de verkoop aan Nederlandse groothandels in de grensstreek, staat dat de verkoop aan groothandels aan met name de Duitse kant van de grens juist is toegenomen. In ieder geval voor drie (grote) brouwerijen geldt dat de verkopen aan groothandels net over de grens met Duitsland zijn gestegen. Voor zover men in staat was ons hier gedetailleerde informatie over aan te leveren, blijkt het hierbij vooral te gaan om bier op fust. Twee grote brouwerijen rapporteerden in de periode 2008-2010 een aanzienlijke toename van de verkoop van fusten naar groothandels in de Duitse grensstreek. Bij een brouwerij bedroeg deze toename 43 procent. De andere brouwerij exporteerde voor de accijnsverhoging nauwelijks bier naar de Duitse grensstreek, maar doet dat sinds enkele jaren wel. Op de website van een groothandel net over de grens staan Nederlandse bieren op fust uitgebreid in de lijst met aanbod (zie bijlage 2). Met betrekking tot verkopen aan Belgische groothandels in de grensstreek is het beeld minder eenduidig. Maar ook hier rapporteert één van de grote brouwerijen verhoogd grensverkeer van één van hun grote merken dat zowel in Nederland als in België een groot marktaandeel heeft.

¹⁰ TNS (2011) Gallup survey of Travellers' imports.

Aankopen door horecaondernemers

Het feit dat de verkoop aan Nederlandse groothandels in de grensstreek afneemt, terwijl de afzet net over de grens toeneemt, is een sterke aanwijzing dat grensoverschrijdende bieraankopen door ondernemers voorkomen en dat deze zijn toegenomen sinds de accijnsverhoging in 2009. Vooral het feit dat de ontwikkelingen het sterkst zijn met betrekking tot de verkoop van fusten Nederlands bier aan Duitse groothandelaren vormt volgens geïnterviewde bierbrouwers en groothandels een sterk bewijs hiervoor. Consequent is namelijk door hen aangegeven dat in Duitse cafés over het algemeen geen Nederlands bier op de tap verkocht wordt. Het is daarom volgens hen zeer aannemelijk dat een groot gedeelte van deze extra afzet over de grens wordt opgekocht door Nederlandse ondernemers. Dit blijkt ook uit het feit dat de Duitse groothandels in de grensstreek zich op hun website richten tot Nederlandse klanten. Zo lasen wij het volgende citaat op de website van een drankenhandel net over de grens bij Haaksbergen: *“Mocht u als zakelijke partner vragen hebben of aanvullende informatie nodig hebben, neemt u dan contact met ons op. Wij adviseren u graag ook in het Nederlands”*. In bijlage 2 is een reclame van een Duitse drankengroothandel opgenomen die zich richt op de Nederlandse markt voor fusten. Deze grote Duitse groothandel heeft zelfs een private label met Nederlandse naam in het leven geroepen.

Groothandels in de grensstreek

De respondenten van de groothandels in de grensstreek bevestigen het beeld dat uit de enquête onder brouwerijen naar voren komt. Ook uit deze gesprekken blijkt namelijk dat de bierverkoop bij de meeste groothandels in de grensstreek afnemen. Dit geldt met name voor pilseners, deze worden zowel op fles als op fust minder verkocht. De trend voor speciaalbieren is minder duidelijk. Groothandels nuanceren echter wel het beeld dat zij vooral aan ondernemers leveren. Consumenten zijn voor de groothandels ook een belangrijke kopersgroep. Echter, ook aan deze groep zien zij de afgelopen jaren doorgaans een daling in de afzet van bier. Voor de daling van de bierverkopen geven de respondenten bij de groothandels diverse redenen aan. Allereerst is de algemene trend van een veranderend drinkgedrag: er wordt minder bier gedronken. Dit wordt nog versterkt door de economische crisis, waardoor mensen bezuinigen op horecabezoek. Ook geven groothandels aan dat consumenten minder merktrouw zijn en meer op de prijs letten. Hierdoor koopt men vaker bier dat in de aanbieding is, of men koopt goedkopere merken. Verder worden met name door groothandels langs de Duitse grens grensoverschrijdende bieraankopen genoemd als reden voor het teruglopen van de bieromzet. De groothandelaren baseren dit beeld op gesprekken die zij met klanten hebben en observaties bij concurrenten aan de andere kant van de grens. Ook hebben zij ons in de interviews gewezen op supermarkten en drankengroothandels aan de Duitse kant van de grens die zich in hun marketinguitingen soms direct op de Nederlandse consument richten. Hiernaast gaven een aantal van onze respondenten voorbeelden van Nederlandse ondernemers die de afgelopen jaren net over de grens een drankengroothandel zijn begonnen. Ook dit speelt met name aan de Duitse grens, omdat het prijsverschil tussen Nederland en Duitsland groter is dan tussen België en Duitsland.

Uit een gesprek met een groothandel

“Over de grens bier inkopen komt onder horecaondernemers zeker voor. Onze chauffeurs zien bij cafés fusten Duits bier staan. Het gaat dus vooral om Duits bier, sporadisch om Nederlands bier. Het gebeurt bij een minderheid van de cafés. Het is iets wat de afgelopen jaren steeds meer voorkomt; andere groothandels komen het ook steeds meer tegen. Daarbij speelt mee dat de horeca onder druk staat: als het moeilijk wordt, kan goedkopere inkoop helpen om te overleven.”

Uit een gesprek met een bierbrouwer

“Wat we dus weleens tegenkomen (maar dat is niet te staven met cijfers) is dat bij een klant van ons Duits bier in de kelder staat of onder de tap zit. Ze laten gewoon het bord van de brouwerij met wie ze afspraken hebben aan de gevel hangen, dus klanten worden misleid. Als we een kastelein erop aanspreken, dan beweert hij dat het eenmalig is en dat hij het nooit meer zal doen.”

Afdracht van accijnzen

Voor wat betreft de grensoverschrijdende bieraankopen door horecaondernemers zou het verlies aan accijns- en btw-inkomsten voor de Nederlandse overheid kunnen meevallen. De regelgeving rondom de heffing van deze gebruiksbelastingen bepaalt namelijk dat Nederlandse horecaondernemers aan de grens de buitenlandse btw en accijnzen over hun drank aankopen moeten terugvragen en de Nederlandse btw en accijnzen daarover juist moeten afdragen. We gaan ervan uit dat horecaondernemers die over de grens bier inkopen, zich daaraan zullen houden. De geïnterviewde bierbrouwers en drankengroothandels geven overigens zelf aan dat er een grijs circuit is waarin dat niet gebeurt. Brouwers baseren zich hierbij onder andere op gesprekken met horecaondernemers. Ook geeft men aan dat het niet logisch lijkt dat een horecaondernemer aan de grens alsnog de Nederlandse accijns gaat betalen. Men redeneert namelijk dat het bij afdracht van accijns in Nederland voor horecaondernemers niet meer lonend is om een rit naar over de grens te maken. Vrijwel alle bierbrouwers en groothandels zeggen de sterke indruk te hebben dat bij de grens ook nauwelijks gehandhaafd wordt door de overheid.

Nederlands en Duits bier

Volgens de groothandelaren betreffen de grensoverschrijdende aankopen zowel Nederlands, als ook Duits bier. Signalen dat tapinstallaties van horecagelegenheden gevuld worden met onbekend bier zijn er wel, zoals onder meer blijkt uit het bestaan van sites als horecabier.nl. De schaal van dit fenomeen is echter onduidelijk en verdient nader onderzoek.

3 De negatieve effecten van grensoverschrijdende aankopen

Doordat bewoners van de Nederlandse grensstreek, een gebied met ruim 6 miljoen inwoners, naar schatting 19 procent van hun bieraankopen in het buitenland doen, loopt de Nederlandse fiscus jaarlijks 20,6 miljoen euro accijns en 15,6 miljoen euro btw mis. Winkeliers en groothandels in de grensstreek ondervinden negatieve gevolgen doordat zij omzet mislopen. Grensstreekbewoners die bier in het buitenland aanschaffen, geven in grote meerderheid aan dat zij dan ook andere boodschappen doen. De inkoop van bier is bij hen een belangrijke reden om hun boodschappen in het buitenland te doen. Bij drie op de tien consumenten is het zelfs de belangrijkste of een van de belangrijkste redenen om de grens over te gaan. Door grensoverschrijdende bieraankopen gaan er in Nederlandse supermarkten naar schatting 260 banen verloren. Ook Nederlandse brouwers ondervinden nadelige effecten. Meer dan tachtig procent van de aankopen van Nederlandse consumenten in België en Duitsland betreft merken die in Nederland niet of nauwelijks verkrijgbaar zijn. Daar bovenop komt nog een onbekend volume bier dat via het grijze circuit de grens overkomt, via handelaren. Dit volume is moeilijk is te kwantificeren, maar we beschikken over aanwijzingen dat het om een substantieel volume gaat.

3.1 Gederfde overheidsinkomsten

In paragraaf 2.1 van dit rapport is aangegeven dat wij berekend hebben dat de productie en de consumptie van bier aanzienlijke inkomsten genereren voor de Nederlandse overheid. Deze inkomsten hadden echter nog hoger kunnen zijn als er geen grensoverschrijdende bieraankopen zouden plaatsvinden. Op basis van de uitkomsten uit onze consumentenenquête is berekend dat grensstreekbewoners ongeveer 19 procent van hun bieraankopen in het buitenland doen. Hierbij zijn wij uitgegaan van alle gemeenten die zich maximaal 30 kilometer van de grens bevinden, een gebied waar meer dan 6 miljoen mensen wonen. De Nederlandse fiscus loopt hierdoor 20,6 miljoen euro aan accijns en 15,6 miljoen euro aan btw mis. Ter vergelijking: 20,6 miljoen euro is 5,3 procent van de totale opbrengst van accijns op bier voor de Nederlandse overheid in 2010 (388 miljoen euro) en 7,3 procent van de accijns gegenereerd door bierverkopen in de retail.¹¹ De gevonden effecten blijken veel hoger te zijn dan in 2008 door Ernst & Young werd voorspeld.¹² Het belangrijkste verschil is dat er indertijd van werd uitgegaan van de verwachting dat slechts vijf procent van de grensstreekbewoners boven de twintig jaar bier zou gaan aanschaffen aan de andere kant van de grens. Onze enquête heeft uitgewezen dat dit percentage in werkelijkheid rond de vijfentwintig procent ligt. Geconcludeerd kan dus worden dat grensoverschrijdende bieraankopen vele malen omvangrijker zijn dan voorafgaand aan de accijnsverhoging gedacht werd.

¹¹ Ongeveer 73 procent (bron: Ernst & Young, *The Contribution made by Beer in the European Economy, 2011.*) van alle bierverkopen vindt plaats in de retail, dit betekent dat hier zo'n 283 miljoen euro ($73\% \cdot 388 \text{ mln euro} = 283 \text{ mln euro}$) aan accijns gegenereert wordt. ($20,6 / 283 = 7,3 \text{ procent}$)

¹² Ernst & Young (2008) Accijnsverhoging op bier: *De Kater komt later*.

In onderstaande tabel 3.1 hebben we uitgewerkt hoe we de misgelopen accijns- en btw-inkomsten voor de Nederlandse overheid hebben berekend. In deze berekening hebben we de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- In totaal hebben de 173 gemeenten, die wij in de consumentenenquête tot de grensstreek rekenen, 6.049.000 inwoners. 1.478.000 personen wonen in een gemeente direct gelegen aan de Duitse grens, terwijl 869.000 personen in gemeenten direct langs de Belgische grens wonen. Ook gemeenten die iets verder van de grens liggen (tot maximaal 30 kilometer) zijn in de berekening meegenomen. In deze gemeenten wonen in totaal 3.702.000 personen (1.854.000+1.848.000). Bron: CBS.¹³
- Van de totale groep van inwoners valt 58 procent binnen de doelgroep van onze consumentenenquête. Dit zijn personen van boven de achttien jaar die in het bezit zijn van een rijbewijs en het afgelopen jaar bier of sterke drank hebben gekocht. Door enkel personen van 18 jaar of ouder in de berekening te betrekken, zijn wij uitgegaan van een conservatieve schatting. In totaal zijn dit 3.508.000 personen. Bron: CBS en eigen consumentenenquête.¹⁴
- Uit de consumentenenquête komt naar voren dat in gemeenten direct gelegen aan de Duitse en de Belgische grens respectievelijk 28 procent en 33 procent van de ondervraagden het afgelopen jaar bier heeft gekocht aan de andere kant van de grens. Bij personen die iets verder van de grens wonen ligt dit percentage op bijna 20 procent. Dit zijn in totaal 804.000 personen.
- Verder leiden wij uit de enquête af dat grensstreekbewoner gemiddeld 4 keer per jaar de grens over gaan om bier aan te schaffen. Bewoners in van gemeenten direct gelegen aan de Duitse grens doen dit vaker, gemiddeld 6 keer.¹⁵
- Uit de consumentenenquête blijkt ook dat de hoeveelheid bier die consumenten per keer inkopen sterk verschilt. Er zijn personen die een krat kopen, maar er zijn ook personen die, omdat zij een feest geven, tien kratten of meer inslaan.¹⁶ Voor onze berekeningen zijn wij uitgegaan van een realistisch gemiddelde van twee kratten per keer. Als wij dit combineren met het feit dat bierkratten in Duitsland doorgaans tien liter bevatten en Belgische kratten 6 liter, betekent dit dat er in totaal 62,4 miljoen liter door Nederlandse consumenten aan de andere kant van de grens gekocht wordt.
- Ervan uitgaande dat grensstreekbewoners per persoon even veel bier drinken als de gemiddelde Nederlander, betekent dit dat zij ongeveer 19 procent van hun retailaankopen in het buitenland aanschaffen. Dit is als volgt berekend: $36,4 \text{ procent van de Nederlandse bevolking (6.049.000/16.600.000=36,4\%)} \text{ woont in een gebied dat wij als grensgebied gedefinieerd hebben. Als deze personen 36,4 procent van de Nederlandse bierconsumptie (1.223.700.000 liter¹⁷) voor hun rekening nemen, is dit 445.427.000 liter, waarvan 73 procent¹⁸ in de retail wordt aangeschaft (325.162.000 liter). De 62.393.000 liter die grensstreekbewoners in het buitenland kopen, beslaan 19 procent hiervan (62.393.000 / 325.162.000 = 19\%).}$
- Wanneer het bier dat nu in België of Duitsland is gekocht, in Nederland aangeschaft zou zijn, men per liter 33 eurocent accijns en 25 eurocent btw zou moeten betalen.¹⁹ Dit betekent dat de Nederlandse schatkist in totaal 20,6 miljoen euro accijns en 15,6 miljoen euro aan btw misloopt.

¹³ In paragraaf 1 is een landkaartje opgenomen met daarop ingetekend de gemeenten die wij voor dit onderzoek als grensgemeenten aangemerkt hebben.

¹⁴ Uit gegevens van het cbs (<http://statline.cbs.nl>) is bekend dat 75 procent van de Nederlandse bevolking achttien jaar of ouder is. Bij de enquête die wij onder bewoners van de grensstreek gehouden hebben, heeft 78 procent de selectievraag (bent u in het bezit van een rijbewijs en heeft u in het afgelopen jaar bier en/of sterke drank gekocht?), bevestigend beantwoord. Dit betekent dat 58 procent ($75\% \times 78\% = 58\%$) van de grensstreekbewoners tot de doelgroep behoort.

¹⁵ De exacte uitkomsten van de consumentenenquête zijn terug te vinden in bijlage 3.

¹⁶ De respondenten konden in de enquête op verschillende manieren aangeven hoeveel bier men per keer inkocht. Meer dan de helft van de respondenten die de verkopen per keer in een aantal kratten hebben uitgedrukt gaf aan slechts 1 krat per keer te kopen. Echter aangezien er ook personen waren die meer dan 10 kratten aanschaffen gaan wij ervan uit dat een gemiddelde van 2 kratten per keer een realistische schatting is.

¹⁷ Bron: Ernst & Young, *The Contribution made by Beer in the European Economy, 2011*

¹⁸ Landelijk gemiddelde dat naar voren komt uit: Ernst & Young, *The Contribution made by Beer in the European Economy, 2011*

¹⁹ Deze bedragen zijn gebaseerd op een alcoholpercentage van vijf procent en een gemiddelde prijs van 1,58 euro per liter (bron: Ernst & Young, *The Contribution made by Beer to the European Economy, 2011*).

	Grensgemeenten		<30 km van grens		Totaal
	DLD	BE	DLD	BE	
Inwoners (grensstreek)	1.478.000	869.000	1.854.000	1.848.000	6.049.000
% behorend tot de doelgroep	58%	58%	58%	58%	
Omvang doelgroep	857.000	504.000	1.075.000	1.072.000	3.508.000
% bier gekocht over de grens in het afgelopen jaar	28%	33%	19%	18%	
Aantal personen dat bier heeft gekocht over grens	240.000	166.000	204.000	193.000	804.000
Aantal keer per jaar	6	4	4	4	
Totaal aantal keren per jaar	1.440.000	665.000	817.000	772.000	3.694.000
Aantal kratten per keer	2	2	2	2	
Liters per krat	10	6	10	6	
Aantal liter	28.803.000	7.984.000	16.345.000	9.261.000	62.393.000
Accijns per liter bier	0,33	0,33	0,33	0,33	
Btw per liter bier	0,25	0,25	0,25	0,25	
Gederfde accijns	9.505.000	2.635.000	5.394.000	3.056.000	20.590.000
Gederfde btw	7.201.000	1.996.000	4.086.000	2.315.000	15.598.000
Totaal	16.706.000	4.631.000	9.480.000	5.371.000	36.188.000

Tabel 3.1: Berekening gederfde overheidsinkomsten door bieraankopen grensstreekbewoners²⁰.

Belangrijk is te vermelden dat de door ons becijferde gederfde overheidsinkomsten niet alle effecten zijn meegenomen. Bij het interpreteren van de uitkomsten dient een tweetal zaken in ogenschouw genomen te worden:

- Als Nederlandse consumenten de grens oversteken om bier aan te schaffen, is dit voor hen vaak ook een aanleiding om nog andere boodschappen te doen in Duitse of Belgische supermarkten. De btw die de Nederlandse overheid hierdoor misloopt, is niet in onze berekeningen meegenomen.
- Onze berekening heeft uitsluitend betrekking op aankopen door consumenten. Zoals uit het vorige hoofdstuk naar voren kwam, zijn er sterke aanwijzingen dat ook een gedeelte van de Nederlandse horecaondernemers in de grensstreek bier aanschaffen in het buitenland en hier geen Nederlandse accijnzen over betalen. Aangezien wij geen exact beeld hebben van de omvang van dit fenomeen is het voor ons niet mogelijk om de inkomsten die de Nederlandse schatkist hierdoor derft mee te nemen in onze berekening.

²⁰ De cijfers in de tabel zijn afgeronde getallen. De berekeningen zijn echter uitgevoerd met onafgeronde getallen.

Dat het verlies aan overheidsinkomsten door grensoverschrijdende bieraankopen voor de overheid fors kan zijn, concluderen we ook uit een Zweeds onderzoek naar dit fenomeen. Uit dit onderzoek blijkt dat ook in Zweden een substantiële import door particulieren en smokkel van alcohol bestaat, met name vanuit Duitsland, Denemarken en Estland. Voor 2007 hebben de onderzoekers geschat dat de overheid bijna 140 miljoen euro aan belastinginkomsten is misgelopen door de aankopen van bier over de grens. Dit is ruim een derde van de waarde van de belastinginkomsten die Zweden wel heeft ontvangen.²¹

3.2 Omzetzaling voor winkeliers en groothandels in de grensstreek

In hoofdstuk 2 is aangegeven dat (dranken-)groothandels en winkels in de grensstreek met België en Duitsland veelal te maken hebben met een verminderde afzet van bier en dat dit mede ingegeven is door grensoverschrijdend verkeer. Uit onze consumentenenquête blijkt dat de buitenlandse inkoop vaak niet alleen beperkt blijven tot bieraankopen.

Allereerst blijkt een groot deel van de consumenten die bier over de grens kopen de aankopen in een supermarkt te doen (tabel 3.2). Dit geldt voor de helft van deze consumenten aan de grens met België en voor bijna driekwart van de consumenten die bier in Duitsland kopen.

	België (n=204)	Duitsland (n=185)	Totaal (n=389)
Supermarkt	52,9%	73,0%	63,0%
Gespecialiseerde drankenzaak	52,5%	30,3%	41,9%
Anders	4,9%	5,9%	5,4%

Tabel 3.2. Als u over de grens bier koopt, waar doet u dat dan? Meerdere antwoorden mogelijk.

Bron: enquête onder consumenten in de grensstreek. Vraag gesteld aan consumenten die minimaal eens per jaar bier over de grens kopen.

In supermarkten zijn naast bier uiteraard ook veel andere producten te koop. De kans is dus groot dat mensen ook andere levensmiddelen over de grens aanschaffen, ten koste van hun besteding bij Nederlandse detailhandel. Uit onze consumentenenquête blijkt dit inderdaad het geval te zijn. Een groot deel van de consumenten die bier over de grens aanschaffen, koopt dan ook andere levensmiddelen (tabel 3.2). Daarbij doet minder dan de helft een beperkt aantal boodschappen. Ruim een derde doet echter meteen de boodschappen voor één of meer dagen over de grens. Dat betekent dat grensoverschrijdende bieraankopen niet alleen leiden tot minder bierverkopen, maar ook tot minder andere boodschappen aan onze kant van de grens.

	België (n=204)	Duitsland (n=185)	Totaal (n=389)
Nee	28,4%	7,6%	18,5%
Ja, een beperkt aantal boodschappen	43,6%	46,5%	45,0%
Ja, de boodschappen die ik die dag nodig heb	5,9%	1,6%	3,9%
Ja, de boodschappen voor meer dagen	22,1%	44,3%	32,6%

Tabel 3.3. Als u bier over de grens in Duitsland of België koopt, doet u daar dan ook andere boodschappen voor levensmiddelen?

Bron: enquête onder consumenten in de grensstreek. Vraag gesteld aan consumenten die minimaal eens per jaar bier over de grens kopen.

Belangrijk is ook dat uit onze consumentenenquête blijkt dat voor een meerderheid van de consumenten die over de grens bier kopen, de inkoop van bier een rol speelt bij de keuze om over de grens inkoop te doen (tabel 3.3). Bij drie op de tien consumenten is het zelfs de belangrijkste of een van de belangrijkste redenen om de grens over te gaan. Voor een groot deel van de consumenten in de grensstreek blijkt bier

²¹ The Swedish Retail Institute, 2009. *Swedish alcohol policy. An effective policy?*

dus een traffic maker voor winkels over de grens. Nederlandse supermarkten ondervinden hiervan nadeel. Het feit dat (goedkoop) bier een traffic maker is, verklaart ons inziens ook dat Duitse supermarkten hiervoor gericht reclame maken op de Nederlandse markt. Een voorbeeld van huis-aan-huisreclame van Duitse supermarkten in Nederland is terug te vinden in bijlage 1.

	België (n=204)	Duitsland (n=185)	Totaal (n=389)
Het is de belangrijkste reden	11,3%	7,0%	9,3%
Het is een van de belangrijke redenen	21,6%	18,4%	20,1%
Het speelt een beperkte rol	32,4%	36,8%	34,4%
Het speelt niet of nauwelijks een rol	34,8%	37,8%	36,2%

Tabel 3.4. Hoe belangrijk is de aankoop van bier als reden om inkopen in België of Duitsland te doen?

Bron: enquête onder consumenten in de grensstreek. Vraag gesteld aan consumenten die minimaal eens per jaar bier over de grens kopen.

Overigens is ook in de gesprekken met drankenhandels en bierbrouwers een aantal keer aangegeven dat het heel gangbaar is dat consumenten over de grens ook andere inkopen doen. Diverse producten zijn daar namelijk goedkoper. Men geeft wel aan dat lagere prijzen voorheen vooral golden voor benzine, maar nu dus ook voor bier en sterke drank. Dit beeld komt ook naar voren op websites als grensgangers.nl, waar informatie over onder meer inkopen doen in de grensstreek wordt uitgewisseld.

Nederlanders kopen vooral mode en levensmiddelen

Uit een enquête onder winkeliers in Kleve blijkt dat circa dertig procent van de klanten uit Nederland komt. De klanten komen niet alleen uit Arnhem en omgeving, maar ook uit Utrecht, Rotterdam en Amsterdam. Aantrekkelijk voor de Nederlanders zijn vooral de lage prijzen en de deskundige adviezen in de winkel. Populair zijn vooral levensmiddelen, drogisterijartikelen en mode. Ook de grote drankwinkels zijn geliefd, de prijzen van sterke drank zijn veel lager dan in Nederland. De uitstapjes naar de Duitse grensregio worden vaak gecombineerd met een lunch of diner en een tankstop, omdat de prijzen in restaurants en aan de pomp lager zijn dan in Nederland.

Bron: www.grensgangers.nl/nieuwsarchief.html (31 augustus, 2011)

Het is ook mogelijk om het effect van de weggelekte omzet voor Nederlandse supermarkten uit te drukken in een verlies aan banen en toegevoegde waarde. We hebben hiervoor het impactmodel gebruikt waarmee Ernst & Young en Regioplan eerder de economische impact van de Europese brouwerijsector in kaart hebben gebracht.²² De berekeningen maken duidelijk dat grensoverschrijdende bieraankopen 260 arbeidsplaatsen kosten in Nederlandse supermarkten. Hierdoor wordt er 7,3 miljoen euro minder bijgedragen aan het bruto binnenlands product. Echter, bij deze berekening is het effect dat wordt gegenereerd doordat Nederlandse consumenten tegelijk met de aankoop van bier ook andere producten in het buitenland kopen, niet meegenomen. Als alle aankopen meegeteld worden is het effect substantieel groter.

Het daadwerkelijke effect is dus waarschijnlijk zelfs nog groter. De berekening is als volgt uitgevoerd:

- Nederlandse consumenten kopen jaarlijks 62,4 miljoen liter bier in Belgische en Duitse supermarkten (zie berekeningen paragraaf 3.1). Hierdoor lopen Nederlandse supermarkten 98,6 miljoen euro aan omzet mis ($62,4 \text{ mln} \times 1,58 \text{ euro per liter} = 98,6 \text{ mln}$).
- Door de misgelopen omzet te delen door de gemiddelde omzet per werknemer in Nederlandse supermarkten (380.400 euro) blijkt dat deze aankopen de Nederlandse supermarkten ongeveer 260 banen kosten.

²² Ernst & Young, *The Contribution made by Beer to the European Economy*, 2011

- Supermarktmedewerkers dragen per persoon gemiddeld 28.100 euro bij aan het bruto binnenlands product. Dit betekent dat er in totaal 7,3 miljoen euro minder aan het BBP wordt bijgedragen, doordat Nederlanders bier inkopen in België en Duitsland ($260 * 28.100 = 7,3$ miljoen).

3.3 Gevolgen voor de brouwerijen

Het feit dat consumenten over de grens kopen, hoeft niet direct gevolgen te hebben voor de Nederlandse bierbrouwers. Zolang men namelijk maar in Duitsland en België hetzelfde merk koopt, zouden Nederlandse brouwerijen er weinig last van hebben. Hun afzet van bier verschuift dan alleen van Nederland naar het buitenland.

De consumentenenquête toont echter aan dat het beeld voor Nederlandse brouwers minder positief is. De overgrote meerderheid van de consumenten die over de grens bier koopt, koopt namelijk (ook) een merk dat in Nederland niet of nauwelijks verkrijgbaar is (tabel 3.4). Minder dan één op de vijf consumenten koopt hetzelfde merk als in Nederland. Dat gebeurt in de Duitse grensstreek zelfs bij slechts één op de tien consumenten. Doordat men over de grens grotendeels ander bier koopt dan in Nederland, lopen Nederlandse brouwerijen omzet mis ten gunste van buitenlandse brouwerijen.

	België (n=204)	Duitsland (n=185)	Totaal (n=389)
Hetzelfde Nederlandse biermerk dat ik in Nederland ook meestal koop	19,6%	12,4%	16,2%
Een ander Nederlands biermerk dan dat ik in Nederland meestal koop	14,7%	12,4%	13,6%
Voor al andere merken bier die in Nederland niet of nauwelijks verkrijgbaar is	77,9%	80,5%	79,2%

Tabel 3.5. Welk merk bier koopt u over de grens? Meerdere antwoorden mogelijk.

Bron: enquête onder consumenten in de grensstreek. Vraag gesteld aan consumenten die minimaal eens per jaar bier over de grens kopen.

Bovenstaande tabel bevestigt het vermoeden dat een aantal brouwerijen en groothandels in hun interviews met ons uitten, namelijk dat er met name in Duitsland door Nederlanders veel Duits bier wordt gekocht. Duits bier is er namelijk fors goedkoper dan bier in Nederland. Dat komt onder andere door het verschil in accijns en door een andere accijnsberekening (waarbij kleinere brouwerijen bijvoorbeeld minder per hectoliter afdragen). Een woordvoerder van een brouwerij geeft aan dat kleine brouwerijen relatief veel last hebben van grensoverschrijdende aankopen. In de eerste plaats is dit het geval omdat kleine brouwerijen veelal in de grensstreek gevestigd zijn. Ten tweede wordt hun concurrentiepositie ten opzicht van kleine Duitse en Belgische brouwerijen verzwakt, doordat in Duitsland en België een lager accijnstarief voor kleine brouwerijen geldt (zie ook paragraaf 2.2.4).

Uit een gesprek met een bierbrouwer

“Er zijn verschillende bewegingen. Mensen gaan naar Duitsland voor goedkoper bier van een Nederlands merk of, erger nog, ze kopen de Duitse goedkope bieren. In Duitsland hebben ze bier met iets minder alcohol, die in een nog lager accijnstarief vallen.”

Uit een gesprek met een groothandel

“Probleem is dat mensen niet meer merkentrouw zijn. Door crisis kopen ze liever goedkoop, maar het kopen van goedkope merken is niet alleen meer voor mensen met weinig geld. Mensen met meer geld schamen zich er ook niet meer voor. Ze gaan ook naar winkels als Aldi en Lidl, terwijl ze vroeger vooral A-merken kochten.”

Uit een gesprek met een bierbrouwer

“Mensen die een feestje hebben en daarbij een tapinstallatie gebruiken, halen hun fusten in Duitsland om geld te besparen. Dat is vaak Duits bier. Er zijn ook mensen die Duits bier lekkerder vinden.”

“Er zijn Duitse merken die een fust voor 40 à 50 euro verkopen, waar de gemiddelde prijs in Nederland 110 euro is.”

Bijlage 1: Reclame Duitse supermarkt gericht op Nederlandse consumenten



Wilpers

Hartelijk welkom in de
service-supermarkt,
direct voor in ALSTÄTTE!

Groot assortiment sterke drank!



0.49



3.99

Milka chocolade
div. soorten, 100 g reep

Ferrero 'die Besten' of Mon Chéri
per pakje



3.33



9.99

Freixenet Cava
div. soorten, per 0,75 l fles

Baileys Irish Cream
17% vol., 0,7 l fles



9.99

Veel malse steaks
en braadvlees in
de aanbieding!

Krombacher Pils
20 x 0,5 l of 24 x 0,33 l excl. statiegeld,
per krat

Ideaal te bereiken vanuit Nederland!

Thieweg 15 · 48683 Alstätte
Tel.: 0049.2567.96225

Openingstijden:
Ma.-vr. 8.00-20.00 uur
Zaterdag 7.30-20.00 uur

Grensovergang „Terhuurne”,
na de kruising in Alstätte 1^o
parkeerterrein links

Haaksbergen



Terhuurne

ALSTÄTTE



Aleen te koop in normale huishoudelijke hoeveelheden,
zolang de voorraad strekt. Geldig van 20.12 t/m 24.12.2010

Wir lieben Lebensmittel.

Bijlage 2: Nederlandse fusten op prijslijst Duitse groothandel

partyservice@schramowski-getraenke.de

Fassbier-Aktion

Amstel Pilsener 50 L	99,99 €
Bitburger 50 L	79,99 €
Bitburger 30 L	47,99 €
Bitburger 20 L	
Pfand: 25,00 €	35,99 €
Bitburger 15 L	
Pfand: 25,00 €	26,99 €
Bitburger 10 L	
Premium Draft	
Pfand: 30,00 €	21,99 €
Bavaria 50 L	99,99 €
Bavaria Oud Bruin 20 l	49,99 €
Brands Bier 50 L	119,99 €
Cristal Alken 50 L	89,99 €
Diebels Alt 50 L	104,99 €
Diebels Alt 30 L	64,99 €
Früh-Kölsch 50 L	99,99 €
Früh-Kölsch 30 L	59,99 €
Früh-Kölsch 20 L	
Pfand: 25,00 €	39,99 €
Früh-Kölsch 10 L	
Pfand: 25,00 €	25,99 €
Grolsch Faßbier 50 L	79,99 €
Grolsch Faßbier 30 L	49,99 €
Haacht Primus 50 L	89,99 €
Hannen-Alt 50 L	79,99 €
Hannen-Alt 30 L	47,99 €
Heineken 50 L	109,99 €
Jupiler 50 L	89,99 €
Stella Artois 50 L	89,99 €
Warsteiner 50 L	79,99 €
Warsteiner 30 L	47,99 €

zzgl. 30,00 € Pfand je Fass

Alle Preise inkl. gesetzl. MwSt.

SCHRAMOWSKI
Getränke

Stand: 03.06.2011
Alle teilnehmenden Restaurants werden hiermit informiert.

Kadetten

50l nur **39,99 €**
30l nur **23,99 €**
zzgl. 40,- € Pfand



Flachfärring

Zachte Pils

50l nur **34,99 €**
30l nur **20,99 €**
zzgl. 40,- € Pfand



Korbzfärring

www.zachtepils.de

Zachte Premium

50l nur **34,99 €**
30l nur **20,99 €**
zzgl. 40,- € Pfand



Flachfärring

www.zachte-premium.de

Für alle Aufträge gilt Barzahlung.

Bijlage 3: Artikelen en discussies op internetfora over grensoverschrijdende aankopen

In de media zijn de afgelopen periode met enige regelmaat artikelen verschenen over Nederlandse consumenten die boodschappen doen in met name Duitsland. Hierbij wordt ook verwezen naar bieraankopen. Eén Duitse drankengroothandel die zich richt op Nederlandse consumenten heeft op haar website zelfs een apart gedeelte opgenomen met artikelen die er over hen verschenen zijn (<http://www.schramowski-getraenke.de/index.php5?module=5710>). Hiernaast wordt op internetfora informatie uitgewisseld over waar je in Duitsland goedkoop bier kan kopen. Ook bestaan er websites (oa www.grensgangers.nl en <http://members.home.nl/geurtvankessel/goedkoop.htm>) die zich specifiek richten op Nederlandse consumenten die in het Duitsland boodschappen doen. In deze bijlage is een selectie opgenomen van wat wij op internet tegen zijn gekomen.

Voorbeeld van berichten op internetfora

Hallo,

Weet iemand een adresje in Duitsland waar je drank en bier kunt kopen? Ik woon in omgeving Hardenberg. De prijzen zijn daar nogal lager ivm accijnzen, ideaal voor een feestje! Bedankt

Ga naar de Kaufland of Marktkauf in Nordhorn 🍻😊👍 Veel sterke drank en ook veel soorten bier 🍻😊 En ook niet zo duur

Bron: fok.nl

Binnenkort hebben we hier een feestje 🍻😊👍, en ik heb ongeveer 60-70 kratten bier nodig. Natuurlijk zo goedkoop mogelijk en het liefst nog met bezorging ook, maar eventueel kunnen we zelf ook wel rijden.

Als je in de buurt vd Duitse grens zit...
Goedkoper en naar mijn smaak beter bier

Bron: fok.nl



de Gelderlander

 Webwinkel |
  Mobiel |
 Abonneren |
  RSS |
 Krant niet ontvangen? |
 Online krant |
 Adverteren |
 Contact |

HOME & REGIO	ALGEMEEN	SPORT	MULTIMEDIA	EXTRA	GENIET	SERVICE	OVER DE GELDERLAND	
Achterhoek	Arnhem e.o.	Betuwe	De Vallei	Liemers	Maasland	Maas en Waal	Nijmegen e.o.	Rivierenland

Supermarkten in Elten loven 'die Holländer'

Auteur: door Kay Scholten | woensdag 08 juni 2011 | 10:06 | Laatste bijgewerkt op: woensdag 08 juni 2011 | 10:06

Tekstgrootte  

ELTEN - Het is een routineklusje voor veel Nederlanders die dichtbij de Duitse grens wonen: boodschappen doen bij de oosterburen en daarna de auto aftanken. De inspanning loont nog steeds, getuige de overvloed aan gele kentekens op de parkeerplaatsen bij de Eltense supermarkten.

Voor Duitse caissières is het merkwaardiger een landgenoot aan de kassa te treffen, dan een Nederlander die worsten, bier en waspoeder komt afrekenen. Tachtig procent van de klanten komt uit Nederland.

"De prijs en de ruime openingstijden spelen een grote rol", zo probeert *frau* Hagen van de **Penny Markt** in Elten de Hollandse invasie te verklaren. Een invasie die met open armen is ontvangen. "Ja, ik moet zeggen dat jullie veel vriendelijker zijn dan de Duitsers."

Bernd Scholze, eigenaar van supermarkt **REWE** in Elten, heeft ook sympathie voor de Nederlanders. "Ze zijn veel ontspannender dan de Duitsers. Ze zullen nooit voordringen in de rij en hebben altijd geduld."

Een uitgebreide reportage over de Hollandse koopinvasie in Elten in *De Gelderlander*, edities **Achterhoek** en **Liemers**, van woensdag 8 juni.

© Gelderlander 2011, op dit artikel rust copyright.



Nederlandse auto's bij de supermarkt in Elten. foto Kay Scholten/De Gelderlander

Advertentie



Weight Watchers Online

Probeer Weight Watchers Online nu 1 week gratis.



250 gratis visitekaartjes

Ontwerp gemakkelijk uw visitekaartje. Betaal alleen verzendkosten! Begin nu.

Hoe een spookdorp weer tot leven kwam

Nederlanders brengen de bedrijvigheid terug in Kranenburg

16-mei-2008 Jonathan Witteman
Duitslandweb.nl (van het Duitsland Instituut Amsterdam)

Van boodschappentoerisme tot ondernemerschap: het eens zo geïsoleerde Kranenburg ontpopt zich in razend tempo tot een centrum van Nederlandse bedrijvigheid. “Als je goed bent in je vak en je blijft in Nederland, dan ben je gestoord.”



Het zou een parkeerplaats in een doorsnee Nederlandse badplaats kunnen zijn: een handjevol Duitse kentekenplaten verloren in een zee van gele nummerborden. Maar dit is niet de boulevard van Scheveningen, maar het piepkleine Kranenburg, vlak over de grens met Duitsland. Wekelijks trekken duizenden Nederlanders naar Kranenburg om voordelig boodschappen in te slaan.

Foto: Jonathan Witteman

De ‘Bermuda-driehoek’ wordt het winkelgebied rond de winkels Aldi, Rewe en Penny Markt al schertsend genoemd – naar de honderdduizenden Nederlandse euro’s die hier iedere week verdwijnen in de zakken van lokale ondernemers.

“De Nederlanders zijn onmisbaar voor de Kranenburgse economie”, zegt Kurt Pesenacker, bedrijfsleider van drankwinkel Rewe. “Een Aldi was hier zonder Nederlandse klanten bijvoorbeeld nooit gekomen. Daarvoor is Kranenburg veel te klein. De Aldi trekt 25 duizend klanten per week – dat is bijna drie keer zo veel als de hele Kranenburgse bevolking bij elkaar. Aldi is een klantenmagneet. Daar profiteren ook wij van.”

Zeker de helft van de maandelijkse 30 duizend klanten van Rewe komt uit Nederland, schat Pesenacker. “De drank is hier stukken goedkoper. Zelfs in Nederland gebrouwen jenever is in Duitsland voordeliger.”

De prijsverschillen tussen Nederland en Duitsland bedragen al gauw zo’n 60 procent. Dat is onder meer te wijten aan de verhitte concurrentiestrijd onder Duitse supermarkten, die de prijzen al jaren laag houdt. Bovendien is de productie en inkoop van handelswaar in een land met 82 miljoen inwoners altijd voordeliger dan in een land met zestien miljoen inwoners.



Foto: Jonathan Witteman

Niet meer geïsoleerd

Günter Steins, de burgemeester van Kranenburg, is in zijn nopjes met de Nederlandse klandizie. “De Nederlanders zijn cruciaal voor de lokale economie. Ze zorgen voor koopkracht in een gebied dat van oudsher weinig koopkracht heeft. En ze creëren extra werkgelegenheid.”

“We vormen niet langer een geïsoleerd gebied”, zegt Steins. “Vroeger was Kranenburg een kleine stip in het uiterste westen van Duitsland. Nu liggen we middenin het centrum van het bruisende economische gebied Arnhem-Nijmegen-Kleve.”

Gat in de markt

Behalve de klanten hebben ook Nederlandse ondernemers de kleine stip inmiddels ontdekt. Aange trokken door de lage grondkosten en de goede bereikbaarheid vanuit Nederland kiezen steeds meer bedrijven voor vestiging in de Duitse grensregio.

Voor Bob Rutgers van projectontwikkelaar R'estate zijn het gouden tijden. Zeven jaar geleden kocht hij anderhalve hectare grond aan bedrijfs- en kantoorruimtes op het Kranenburgse industrieterrein 'Im Hammereisen'. De kosten: een luttel 50 gulden per vierkante meter. Sindsdien verhuurt Rutgers aan Duitse en Nederlandse bedrijven. De helft van zijn huurders komt uit Nederland.

Een gat in de markt, zegt Rutgers. “Waar gemeentes als Nijmegen vol raken, is er in Kranenburg nog ruimte genoeg voor ondernemers. De prijzen zijn bovendien absurd laag én de ligging is uitermate gunstig. 'Im Hammereisen' ligt pal aan de snelweg, op zeven kilometer van Nijmegen, en een file heb ik hier nog nooit gezien.”



Foto: Jonathan Witteman

De komst van de Nederlanders betekent een enorme stimulans voor de Kranenburgse economie, zegt Rutgers. “De boel heeft hier lang stilgestaan. Tot vier jaar geleden was Kranenburg helemaal dood. Maar de laatste jaren zoemt het hier van de activiteit. Er worden huizen gebouwd, industrieterreinen worden uitgebreid, er komen meer restaurants.”

Dat komt grotendeels op het conto van burgemeester Steins, vindt Rutgers. “De burgemeester rammelt met de beurs, gaat de boer op om Nederlandse ondernemers binnen te halen.”

Luchtkastelen en zeppelins

Eén van die Nederlandse ondernemers is Ruud van der Meer van Incredible Balloons, groothandelaar en importeur van feestartikelen. Sinds hij tweeëneenhalf jaar geleden Den Haag verruilde voor Kranenburg, vliegen de grote orders hem om de oren. Filmfestival Cannes, de Duitse televisie, de Richard-Wagner-Festspiele in Bayreuth, het Italiaanse modehuis Trussardi, ESA, Cirque du Soleil – allemaal stonden ze in de rij voor van der Meers ballonnen, zeppelins en luchtkastelen.

“Ik verdien hier zeven keer zoveel als in Nederland”, zegt van der Meer. “Als je hier in Duitsland de grote klanten kunt binnenslepen, dan ligt de rest van Europa aan je voeten.”

Het ondernemersklimaat is in Duitsland aanmerkelijk beter dan in Nederland, vindt van der Meer. “Als je als ondernemer goed bent in je vak en je blijft in Nederland, dan ben je gestoord. Dan ben je geen echte ondernemer. In Nederland blijf je tegen muren oplopen. Het belastingklimaat is in Duitsland beter, de regelgeving is beter verzorgd en de grondprijzen zijn lager. In Nederland betaal je tussen de zeventienhonderd en duizend euro per vierkante meter, hier is dat maximaal 150.”

Inhaalslag

Harald Genge, bestuurslid van het Verbond van Nederlandse en Duitse Ondernemingen (VNDU), beaamt van der Meers woorden. “Wat betreft ondernemersklimaat hebben de Duitse gemeentes in de grensregio een flinke inhaalslag gemaakt. Ze maken het voor Nederlandse bedrijven bijzonder aantrekkelijk om zich in Duitsland te vestigen. De gemeentes bieden lagere grondstukprijzen en garanderen snellere vestigingsprocedures dan in Nederland.”

De animo voor Nederlands-Duitse handelscontacten is groot, zegt Genge. “Onze bijeenkomsten worden stevast door zo’n 120 mensen bezocht, zowel Nederlanders als Duitsers. Steeds meer Duitse ondernemers proberen Nederlands te leren of volgen cursussen over netwerken met Nederlanders of Nederlandse verkooptechnieken.”



Foto: Jonathan Witteman

Winkeliers met lef

Het zijn niet alleen de grote vissen die voor de Duitse grensstreek kiezen. De wandelaar door de hoofdstraat van Kranenburg struikelt bijna over de Nederlandse winkelatalages. De lege plekken die zijn achtergelaten door weggeconcurrerde traditionele middenstanders als bakkers en slagers zijn de laatste jaren opgevuld door kleinere Nederlandse winkels als makelaardijkantoren en antiquariaten die niet door de supermarkten kunnen worden opgeslokt.

Typisch staaltje van de Nederlandse ondernemingsgeest, vindt Esther Ruijter, die sinds 2005 een boetiek in bloemen en interieur bestiert in de Kranenburgse hoofdstraat. "Nederlanders hebben gewoon meer lef. Als een Nederlander met een beetje ondernemersgeest een winkel leeg ziet staan, dan is het vaak al raak. Duitsers willen dat ook wel, maar ze durven het meestal niet. Ze willen geen risico's lopen."

Toch kleeft er nog wel een nadeel aan de Nederlandse branie, zegt Hanny Jansen, uitbaatster van een antiekzaak in Kranenburg. "Nederlandse klanten kunnen behoorlijk onbeschoft zijn. Door voor te dringen bijvoorbeeld. Als ik met een klant bezig ben, dan wacht de Nederlander niet tot je klaar bent. Een Duitser zou dat nooit doen, die wacht netjes op zijn beurt. Waren de Nederlanders maar zo galant."

REGIO SITTARD-GELEEN

BIJ DE BUREN



Maar liefst 80 procent van de omzet van vader en zoon Schramowski is afkomstig van Nederlandse klanten. foto Rob Oostvogel

Het eerste stoplicht van Selfkant

SCHALBRUCH
Door Ron Langewiesche

'Pass auf Jung, sonst polier ich dir den Hintern.' Was betekend Heist Schramowski. U weet wel, die bevoorrechte Kriminalhauptkommissar uit de Duitse krimi. Tactiek. Ze worden qua naam regelmatig verwisseld met deze breedgeschoorde politiemann. Maar vader en zoon Schramowski houden zich niet bezig met het oplossen van moorden of het nagaan van criminelen. Nee, de Schramowski's doen in frisdrank, bier en vooral bier, liefst in grote Mengen. En ach, die naam. 'We hebben hem ooit willen veranderen in Büro Getränke', zegt vader en grondlegger van het bedrijf Dieter Schramowski (66). Dat beklert wat lekkerder, dachten ze toen. Maar het mocht niet van de rechter. Zodoende is het altijd Schramowski Getränke gebleven. 'En inmiddels zijn we ook met die naam toch wel redelijk bekend in de omgeving', zegt pa, met enig gevoel voor understatement.

Wat heet. Het bedrijf van vader en zoon Schramowski is in de afgelopen veertig jaar uitgegroeid tot een begrip in de Duitse, maar vooral de Nederlandse grensstreek. Geen buurtfeest of examenfeest zonder hun bier. Maar liefst 80 procent van hun omzet is afkomstig van Nederlandse klanten. Particulieren, maar ook cafés, schuttersverenigingen, restaurants. Daar is volgens de heren zelf maar één reden voor: de prijs. Een vat bier is bij ons twintig tot veertig euro goedkoper dan in Nederland. Verklaart Dieter Schramowski eenvoudig. Dan praat je nog niet eens over hun eigen merk Zachte Pils, dat op dit moment een zacht prijsje van 29,99 euro doet voor een vat van 50 liter. Kom



Om de verkeersstroom naar zijn drankenhandel in goede banen te leiden, plaatste Dieter Schramowski oolt het eerste stoplicht van de regio Selfkant. Inmiddels is zijn zaak Schramowski Getränke uitgegroeid tot een begrip in de Duits-Nederlandse grensstreek.

daar in Nederland maar eens om. Hoe ze dat doen? Natuurlijk speelt de accijns de Schramowski's al jaren in de kaart. Want die ligt bij hen ter oeplicht van Nederland maar liefst de helft lager. Particulieren kunnen dat voordeel, mits ze de hoeveelheden binnen de perken houden, in hun zak steken. Bedrijven moeten een en ander bij de douane officieel verrekenen. Maar belangrijker: 'Als je veel omzet maakt, kun je bij de leverancier kortingen bedingen', legt Schramowski zijn bedrijfsfilosofie uit. En die omzet, dat zit bij hen wel snor. Al praat Dieter liever niet over cijfers, bedragen of winst. Want hij heeft er geen behoefte aan om met dergelijke uitdagingen de concurrentie in Nederland nog wat extra zout in de wonde te strooien. Die kan de Duitse prijzwerchter toch al vreten.

Het heeft hen de afgelopen jaren geen windmeulen gelegd, getuige ook de dikke Poesche die zoon Ralf (43) naast een

muur van vaten Bittburger geparkeerd heeft. Het familiebedrijf, waar zo'n twintig mensen werken, is uitgegroeid tot een firma met drie vestigingen. Al lemaal tactisch geplaatst op een steenworp afstand van de Nederlandse grens. In Haaren bij Postholt, in Birgden bij Schinveld en Schalbruch bij Sittard. Niet slecht voor een mijnwerker, die al op jeugdige leeftijd bedacht dat hij er geen trek in had om de rest van zijn leven tussen de kolen te moeten doorbrengen. In zijn kantoor hangt nog de foto van de kiosk die hij op zijn achttiende begon. Een eenvoudig houten kerkje in de buurt van Jülich. Dat was alles. 'Ik verkocht kranten, drank en sigaretten.' Die drank is er daarna altijd in gebleven bij Schramowski. Hij bezorgde het bij de mensen thuis, begon een groothandel en bouwde er het bedrijf mee uit tot wat Schramowski Getränke nu is. 'In 1965 hadden wij hier op het bedrijf in Schalbruch zelfs het

eerste verkeerslicht van de hele Selfkant', klinkt het niet zonder trots. De zaak draaide als een tierelier en de auto's stonden inderijd regimmatig in de rij tot beneden in het dorp. 'Moest eerst een auto eraf, voordat het licht op groen ging en de volgende naar binnen kon.'

Doordat er inmiddels meerdere Schramowski-vestigingen zijn, is de verkeersdruk in Schalbruch wat geluwd. Maar echt ideaal zitten ze hier niet, midden in een loommerijke villawijk aan de rand van het dorp. 'We zijn bezig met een verhuizing naar Tudderen. De grond hebben we al gekocht', zegt pa. Binnen een tot twee jaar willen ze verhuizen. Die tijd is nodig om alles financieel en organisatorisch tot in de puntjes te regelen. Want risico's, daar houdt Schramowski inmiddels niet meer zo van. 'Hoe verder je komt als ondernemer en hoe ouder je wordt, hoe minder risico's je neemt', geeft hij toe. Het bedrijf is bij zijn zoon Ralf, die bezig is het roer over te nemen, in vertrouwde handen. 'Kom Ralf, draai je even om, zodat ze kunnen zien hoe kroon je rug is', grapt pa richting zijn opvolger. 'Elf jaar was hij, toen we samen 360 listen bier van een vrachtauto hebben afgeladen.'

Slepen met vaten en kratten laten de Schramowski's inmiddels aan anderen over. Maar werken doen ze nog steeds vol overgave. 'Omdat het ongelooflijk veel Spaß macht', zegt vader, die de pensioengerechtigde leeftijd al ruim voorbij is. 'Toen ik begon, heb ik ook hele slechte tijden meegemaakt', verzekert hij. 'Als je dan uiteindelijk succes hebt, dan denk je niet aan stoppen. Ik zie dit ook niet als werk. Dit blijf ik doen tot ik sterf.'

Uw party gaat pas 'richtig los' met Schramowski Getränke



Hoog opgestapeld wachten bij Schramowski Getränke tegenwoordig ook de kratten met Nederlandse bieren op de afnemers

Foto: Jan Valentijn

Selfkant/Schalbruch – We hebben al even mogen proeven van de zomer. Zon, vrije dagen. Kortom, het is weer tijd om gezellig te feesten. Communie- of verjaardagsfeest, barbecueavond, buurtfeestje, eindexamenuit, redenen genoeg om een feestje te bouwen. Schramowski Getränke in Selfkant/Schalbruch is er ook klaar voor. Tapinstallaties, statafels, buffetten, partytenten, glazen, koelkasten, je kunt het zo gek niet bedenken of het is er en alles staat fris gepoetst klaar voor verhuur om u een onvergetelijk feest te bezorgen. Reserveren is niet nodig bij Schramowski, alles is altijd uit voorraad leverbaar. Bovendien kunt u bij Petra Schramowski (tel. 0049-2456792) altijd terecht voor alle advies omtrent de organisatie van uw feest. Weet u niet hoeveel en welke drank u moet inslaan enz. dan weet zij altijd raad. Bovendien: u betaalt alleen de drank die u gebruikt. Niet geopen-

de flessen, vaten enz. kunt u trouwens altijd weer terug geven. In het assortiment van Schramowski vindt u tegenwoordig ook een grote keuze aan internationale bieren waaronder ook het vertrouwde Grolsch, Brand, Amstel, Grimbergen enz. En bent u eens een keertje in voor wat nieuws? Probeer dan eens een sixpack speciaal-bier, bijvoorbeeld lemon-pils e.d. Wellicht smaakt het naar meer! Schramowski richt zich zowel op particulier als ondernemer. Voor laatstgenoemde worden alle exportdocumenten voor export en douane altijd netjes ten kantore in orde gemaakt. Tot slot: bij Schramowski spreekt men Nederlands, Duits en dialect. Wel zo makkelijk. Schramowski Partyserve en Getränke, Zur Landwehr 9, Selfkant/Schalbruch.

Voor meer informatie kunt u ook terecht op www.schramowski-getraenke.de.

Bijlage 4: Rechte tellingen Consumentenenquête

Respons

	Aantal	%
Man	829	51,8%
Vrouw	771	48,2%
Totaal	1600	100,0%

Tabel 1.1: Geslacht respondenten

	Aantal	%
België	800	50,0%
Duitsland	800	50,0%
Totaal	1600	100,0%

Tabel 1.2: Grenstreek waar respondenten wonen

Antwoorden

	België (N=800)	Duitsland (N=800)
Nee	69,3%	59,5%
Alleen bier	14,3%	8,8%
Alleen sterke drank	5,3%	17,4%
Zowel bier als sterke drank	11,3%	14,4%
Totaal	100,0%	100,0%

Tabel 2.1: Heeft u in de afgelopen 12 maanden bier of sterk alcoholische drank vlak over de grens in Duitsland of België gekocht?

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Wekelijks	1,0%	2,2%
2 tot 3 keer per maand	4,9%	7,6%
1 keer per maand	17,2%	21,1%
Eens in de 2 tot 3 maanden	27,5%	22,7%
1 keer per halfjaar	27,9%	27,0%
1 keer per jaar	21,6%	19,5%
Totaal	100,0%	100,0%

Tabel 2.2: Hoe vaak hebt u in de afgelopen 12 maanden bier vlak over de grens in Duitsland of België gekocht?

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Ja	19,1%	14,1%
Nee	80,9%	85,9%
Totaal	100,0%	100,0%

Tabel 2.3: Heeft u in de afgelopen 12 maanden méér bier vlak over de grens in Duitsland of België gekocht dan in de periode daarvoor?

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Het is goedkoper	38,7%	51,9%
Er is een groter aanbod van bier	43,6%	29,2%
Er is lekkerder bier te koop	47,5%	44,3%
Ik vind het prettiger winkelen daar	9,3%	11,9%
Ik doe al mijn boodschappen daar	6,9%	10,8%
Anders	19,6%	19,5%
Totaal*	165,6%	167,6%

Tabel 2.4: Wat is de reden dat u bier vlak over de grens koopt en niet in Nederland?

* Totaal telt niet tot 100% op omdat het mogelijk is meerdere antwoorden op deze vraag te geven.

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Voorals pilsener	34,3%	61,6%
Voorals speciaal bier	65,7%	38,4%
Totaal	100,0%	100,0%

Tabel 2.5: Koopt u vlak over de grens vooral pilsener of speciaal bier?

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Kratten	41,7%	43,2%
Blikken	16,7%	25,4%
Losse flesjes	55,9%	46,5%
(Thuis) vaatjes	5,4%	7,0%
Totaal*	119,7%	122,1%

Tabel 2.6: Wat voor bier koopt u over de grens?

* Totaal telt niet tot 100% op omdat het mogelijk is meerdere antwoorden op deze vraag te geven.

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Hetzelfde Nederlandse biermerk dat ik in Nederland ook meestal koop	19,6%	12,4%
Een ander Nederlands biermerk dan dat ik in Nederland meestal koop	14,7%	12,4%
Voorals andere merken bier die in Nederland niet of nauwelijks verkrijgbaar is	77,9%	80,5%
Totaal*	112,2%	105,3%

Tabel 2.7: Welk merk bier koopt u over de grens?

* Totaal telt niet tot 100 procent op omdat het mogelijk is meerdere antwoorden op deze vraag te geven.

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Supermarkt	52,9%	73,0%
Gespecialiseerde drankenzaak	52,5%	30,3%
Anders	4,9%	5,9%
Totaal*	110,3%	109,2%

Tabel 2.8: Als u over de grens bier koopt, waar doet u dit dan?

* Totaal telt niet tot 100 procent op omdat het mogelijk is meerdere antwoorden op deze vraag te geven.

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Het is de belangrijkste reden	11,3%	7,0%
Het is een van de belangrijke redenen	21,6%	18,4%
Het speelt een beperkte rol	32,4%	36,8%
Het speelt niet of nauwelijks een rol	34,8%	37,8%
Totaal	100,0%	100,0%

Tabel 2.9: Hoe belangrijk is de aankoop van bier als reden om inkopen in België of Duitsland te doen?

	België (N=204)	Duitsland (N=185)
Nee	28,4%	7,6%
Ja, een beperkt aantal boodschappen	43,6%	46,5%
Ja, de boodschappen die ik die dag nodig heb	5,9%	1,6%
Ja, de boodschappen voor meer dagen	22,1%	44,3%
Totaal	100,0%	100,0%

Tabel 2.10: Als u bier of sterke drank vlak over de grens in Duitsland of België koopt, doet u daar dan ook andere boodschappen voor levensmiddelen? *

Bijlage 5: Consumentenenquête

Het veldwerk voor de consumentenenquête is uitgevoerd door marktonderzoeksbureau Synovate. De steekproef is getrokken uit het Online Interview Panel van Synovate. Dit panel bestaat uit Nederlanders die hebben aangegeven deel te willen nemen aan (markt)onderzoek. De panelleden zijn op verschillende manieren geworven (telefonisch, online en face-to-face), waardoor het panel zeer representatief is. In totaal zijn er 4.859 bewoners van de Nederlandse grensstreek (die in dit panel zitten) gericht aangeschreven om de enquête online in te vullen. Van deze groep heeft 56 procent de vragenlijst niet geopend en één procent heeft de vragenlijst niet afgerond. Om er zorg voor te dragen dat uitsluitend personen uit de doelgroep de enquête in zouden vullen, is er een tweetal selectievragen gesteld. In de eerste plaats dienden de respondenten het afgelopen jaar tenminste één keer bier of sterke drank²³ gekocht te hebben. Hiernaast diende men in het bezit te zijn van rijbewijs B. Om de grens over te gaan om bier te kopen dient men in ieder geval auto te kunnen rijden.

In totaal hebben achthonderd respondenten de enquête ingevuld. Van hen woonden er vierhonderd langs de Belgische grens en vierhonderd langs de Duitse grens. Hierbij gelijk een responsoverzicht:

	Aantal	%
Totaal aantal verstuurde uitnodigingen	4.859	100%
Vragenlijst niet geopend	2.717	56%
Vragenlijst voortijdig afgesloten	59	1%
Geen geschikte respondent (=uitscreener)	482	10%
Totaal aantal geslaagde interviews	1.600	33%

De enquête is uitgevoerd in twee waves. In eerste instantie is de enquête uitgezet in gemeenten die direct aan België of Duitsland grenzen. In totaal hebben 800 respondenten uit deze gemeenten de enquête ingevuld. Hieronder volgt een overzicht van deze gemeenten:

Grensgebied met	Gemeentenaam	Aantal inwoners
Duitsland	Bellingwedde	9.260
Duitsland	Vlagtwedde	16.265
Duitsland	Coevorden	36.110
Duitsland	Emmen	109.515
Duitsland	Enschede	157.020
Duitsland	Haaksbergen	24.485
Duitsland	Hardenberg	59.015
Duitsland	Losser	22.645
Duitsland	Oldenzaal	31.975
Duitsland	Tubbergen	21.140
Duitsland	Rijnwaarden	11.075
Duitsland	Aalten	27.490
Duitsland	Groesbeek	18.920
Duitsland	Millingen aan de Rijn	5.910
Duitsland	Nijmegen	162.955
Duitsland	Ubbergen	9.340
Duitsland	Winterswijk	29.050
Duitsland	Zevenaar	31.910

²³ De consumentenenquête is gecombineerd met de enquête die wij voor een soortgelijk onderzoek voor de commissie gedistilleerd uitvoeren.

Grensgebied met	Gemeentenaam	Aantal inwoners
Duitsland	Onderbanken	8.110
Duitsland	Landgraaf	38.455
Duitsland	Beesel	13.900
Duitsland	Bergen	13.390
Duitsland	Brunssum	29.445
Duitsland	Gennep	17.155
Duitsland	Heerlen	89.240
Duitsland	Kerkrade	47.700
Duitsland	Roermond	55.155
Duitsland	Simpelveld	10.990
Duitsland	Venlo	100.300
Duitsland	Oude IJsselstreek	39.885
Duitsland	Oost Gelre	30.030
Duitsland	Roerdalen	21.310
Duitsland	Twenterand	33.490
Duitsland	Dinkelland	26.055
Duitsland	Berkelland	44.980
Duitsland	Oldambt	39.485
Duitsland	Montferland	35.175
Duitsland	Totaal	1.478.330
België	Hulst	27.865
België	Terneuzen	54.870
België	Baarle-Nassau	6.705
België	Goirle	22.765
België	Hilvarenbeek	14.970
België	Rucphen	22.495
België	Valkenswaard	30.730
België	Woensdrecht	21.635
België	Zundert	21.020
België	Maastricht	118.455
België	Meerssen	19.570
België	Stein	25.670
België	Weert	48.460
België	Leudal	36.735
België	Maasgouw	24.080
België	Heeze-Leende	15.260
België	Reusel-de Mierden	12.550
België	Roosendaal	77.580
België	Cranendonck	20.340
België	Sluis	24.085
België	Alphen-Chaam	9.425
België	Bergeijk	18.055
België	Bladel	19.175
België	Gulpen-Wittem	14.595
België	Eijsden-Margraten	24.855

Grensgebied met	Gemeentenaam	Aantal inwoners
België	Vaals	9.870
België	Echt-Susteren	32.265
België	Sittard-Geleen	95.070
België	Totaal	869.150
Totaal aantal inwoners grensgemeenten		2.347.480

In een later stadium van het onderzoek is de enquête ook uitgezet in gemeenten die verder van de grens liggen (maximaal 30 kilometer). Ook hier hebben 800 personen de enquête ingevuld. Hieronder volgt een overzicht van deze gemeenten:

Grensgebied met	Gemeentenaam	Aantal inwoners
Duitsland	Appingedam	12.030
Duitsland	Delfzijl	26.645
Duitsland	Loppersum	10.440
Duitsland	Stadskanaal	33.415
Duitsland	Slochteren	15.555
Duitsland	Veendam	27.995
Duitsland	Hoogeveen	54.815
Duitsland	Almelo	72.590
Duitsland	Borne	21.335
Duitsland	Dalfsen	27.255
Duitsland	Hellendoorn	35.795
Duitsland	Hengelo	80.765
Duitsland	Ommen	17.410
Duitsland	Raalte	36.795
Duitsland	Staphorst	16.115
Duitsland	Wierden	23.450
Duitsland	Arnhem	147.020
Duitsland	Beuningen	25.480
Duitsland	Brummen	21.145
Duitsland	Doesburg	11.595
Duitsland	Doetinchem	56.105
Duitsland	Druten	18.080
Duitsland	Duiven	25.595
Duitsland	Heumen	16.630
Duitsland	Lochem	33.395
Duitsland	Renkum	31.650
Duitsland	Rheden	43.715
Duitsland	Rozendaal	1.485
Duitsland	Wageningen	37.165
Duitsland	Westervoort	15.240
Duitsland	Wijchen	40.150
Duitsland	Boekel	9.775
Duitsland	Boxmeer	28.575
Duitsland	Pekela	13.050
Duitsland	Grave	12.910
Duitsland	Mill En Sint Hubert	11.030

Grensgebied met	Gemeentenaam	Aantal inwoners
Duitsland	Oss	84.025
Duitsland	Uden	40.540
Duitsland	Venray	8.050
Duitsland	Horst Aan De Maas	42.715
Duitsland	Gemert-Bakel	41.465
Duitsland	Aa En Hunze	28.755
Duitsland	Borger-Odoorn	25.540
Duitsland	Cuijk	26.035
Duitsland	Landerd	24.430
Duitsland	De Wolden	14.885
Duitsland	Sint Anthonis	23.565
Duitsland	Lingewaard	11.850
Duitsland	Midden-Drenthe	45.440
Duitsland	Overbetuwe	33.335
Duitsland	Hof Van Twente	45.580
Duitsland	Neder-Betuwe	35.275
Duitsland	Rijssen-Holten	22.555
Duitsland	Bronckhorst	37.080
Duitsland	Menterwolde	37.755
Duitsland	Deurne	31.525
Duitsland	Schinnen	13.485
Duitsland	Voerendaal	12.700
Duitsland	Peel En Maas	43.070
Duitsland	Totaal	1.854.350
België	Oostflakkee	10.365
België	Borsele	22.615
België	Goes	36.620
België	Kapelle	12.410
België	Middelburg	47.990
België	Reimerswaal	21.470
België	Tholen	25.405
België	Veere	21.925
België	Vlissingen	44.645
België	Aalburg	12.615
België	Bergen Op Zoom	65.825
België	Best	28.945
België	Boxtel	30.275
België	Breda	173.290
België	Dongen	25.065
België	Eersel	18.155
België	Eindhoven	213.815
België	Etten-Leur	41.515
België	Geertruidenberg	21.080
België	Gilze En Rijen	25.975
België	Haaren	13.625
België	Helmond	88.015
België	Heusden	42.995
België	Loon Op Zand	23.015
België	Nuenen, Gerwen En Nederwetten	22.215
België	Oisterwijk	25.825

Grensgebied met	Gemeentenaam	Aantal inwoners
België	Oosterhout	54.135
België	Sint-Oedenrode	17.680
België	Someren	18.235
België	Son En Breugel	15.540
België	Steenbergen	23.190
België	Tilburg	204.865
België	Veldhoven	43.230
België	Vught	25.395
België	Waalre	16.535
België	Waalwijk	45.745
België	Werkendam	26.375
België	Halderberge	29.285
België	Laarbeek	21.575
België	Noord-Beveland	7.390
België	Moerdijk	36.540
België	Drimmelen	26.595
België	Geldrop-Mierlo	38.110
België	Asten	16.335
België	Deurne	16.580
België	Beek	16.605
België	Nederweert	15.665
België	Valkenburg Aan De Geul	17.085
België	Totaal	1.848.380
Totaal aantal inwoners gemeenten tot 30 km van de grens (excl. grensgemeenten)		2.347.480