

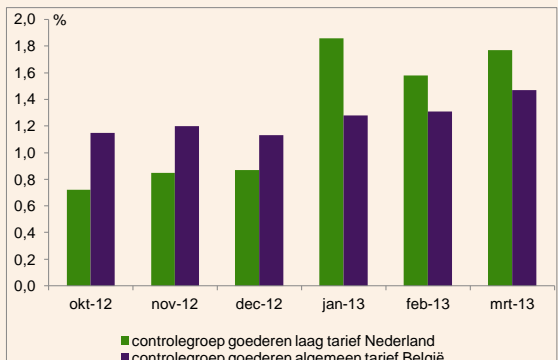
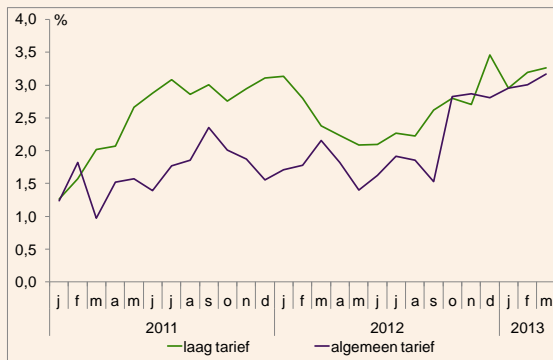
## Btw-verhoging volledig doorberekend in consumentenprijzen

In oktober 2012 is het algemene tarief van de btw verhoogd van 19% naar 21%. De btw wordt afgedragen door bedrijven, die vervolgens de keuze hebben om de verhoging door te berekenen in de consumentenprijzen. Een groter deel van de lastenverhoging komt terecht bij gezinnen, naarmate de btw meer wordt doorberekend. Of ondernemers in staat zijn om de belastingverhoging door te berekenen, hangt onder andere af van de marktstructuur, de prijselasticiteit van de vraag en de stand van de conjunctuur. Bij laagconjunctuur zijn consumenten mogelijk prijsgevoeliger, waardoor het voor bedrijven minder aantrekkelijk is om de prijzen onmiddellijk te verhogen.

Door de gemiddelde prijsontwikkeling van producten in het algemene tarief te vergelijken met die in het lage tarief kan het effect van de btw-verandering op de consumentenprijzen worden geschat. De linkerfiguur laat zien dat producten die vallen onder het algemene tarief, sinds oktober meer in prijs zijn gestegen dan producten die vallen onder het lage tarief. Bij volledige doorberekening is het effect van de btw-verhoging op de prijzen  $(1,21-1,19)/1,19=1,7\%$ . Door het geschatte btw-effect te vergelijken met deze 1,7%, kan de mate van doorberekening worden bepaald.

In maart 2013, de laatste maand die in de analyse is meegenomen, heeft de tariefsverandering een geschat effect op de prijzen van producten in het algemene tarief van 1,8%. Om de robuustheid van de schattingen na te gaan, is het btw-effect ook geschat door de prijsontwikkeling van de producten in het algemene tarief in Nederland te vergelijken met de prijsontwikkeling van dezelfde soort producten in België. Dit geeft een wat minder groot effect van 1,5%. Statistisch verschillen beide schattingen niet van de waarde van 1,7% die bij een volledige doorberekening mag worden verwacht. Het geschatte effect neemt zeker na januari amper toe (rechterfiguur). Na hoogstens vier maanden is de btw-verhoging volledig doorberekend in de consumentenprijzen. Dit is ongeveer even snel als bij de vorige btw-verhoging in 2001. Er is geen aanwijzing dat ondernemers door de matige economische vooruitzichten in 2012 gemiddeld de btw-verhoging minder of met grotere vertraging hebben doorberekend in de prijzen. Deze uitkomsten zijn in lijn met de empirische literatuur, waarin over het algemeen eveneens wordt gevonden dat een btw-verhoging vrij snel en nagenoeg volledig wordt doorberekend (a).

### Prijsontwikkeling producten Nederland (links) en geschat btw-effect (b) (rechts)



(a) IHS, 2008, The effect of VAT on price-setting behavior. In: a retrospective evaluation of elements of the EU VAT system, Chapter 8, 285-358.

(b) De figuur geeft de geschatte waarden van een dummyvariabele voor het btw-effect in een regressievergelijking. Deze variabele geeft de gemiddelde verandering weer van het verschil tussen de prijsontwikkelingen van de producten in het algemene tarief van Nederland en de producten in de controlegroep. De controlegroep zijn respectievelijk producten die vallen onder het lage tarief in Nederland (groene staven), en producten die vallen onder het algemene tarief in België (paarse staven). In een [Achtergronddocument](#) wordt dieper ingegaan op de gebruikte schattingsmethode.