

Datum : 11 september 2002
Aan : Minister van Financiën

Prijsstijgingen in de horeca

De prijzen in de horeca zijn volgens het CBS in de eerste acht maanden van 2002 gemiddeld met 6,3% gestegen ten opzichte van de overeenkomstige periode in het voorafgaande jaar. Deze prijsstijging in de horeca ligt ruim boven de gemiddelde prijsstijging van alle bestedingen. Dit geldt ook voor andere arbeidsintensieve sectoren. Voorts stegen de horecaprijzen in de voorafgaande drie jaren eveneens sterker dan gemiddeld. De sterke kostenstijgingen in 2001 en de verslechtering van de winstgevendheid in de afgelopen twee jaar kunnen een boven gemiddelde stijging van de horecaprijzen in 2002 verklaren. Naar schatting van het CPB heeft de horecabranche de introductie van de euro wel aangegrepen om de winstmarges te verhogen. De kapitaalinkomensquote, indicator voor de winstgevendheid, verbetert daardoor met 2¼%-punt in 2002 en komt daarmee boven het reeds hoge niveau van 1999.

1 Inleiding

Op verzoek van de Minister van Financiën heeft het CPB onderzocht of de - door het CBS waargenomen - prijsstijgingen in de horeca economisch vallen te duiden. Dit naar aanleiding van overleg met de Vaste Kamercommissie van Financiën over de introductie van de euro waarbij enkele Kamerleden zich niet aan de indruk konden onttrekken dat een deel van de ondernemingen in de horeca de introductie van de euro heeft aangegrepen om de winstmarges te verhogen. Deze notitie doet verslag van het onderzoek van het CPB naar de recente prijsstijgingen in de horeca. Daarbij wordt ook gezien in hoeverre de prijsontwikkelingen in andere arbeidsintensieve sectoren vergelijkbaar zijn.

2 De ontwikkeling van de prijzen in de horeca en in enkele andere branches

De prijzen in de horeca zijn in de eerste acht maanden van 2002 gemiddeld met 6,3% gestegen ten opzichte van de overeenkomstige periode in het voorafgaande jaar volgens de Statistiek Consumentenprijsindex (CPI) alle huishoudens van het CBS. Deze prijsstijging ligt ruim boven de gemiddelde prijsstijging van alle bestedingen die 3,6 % bedraagt¹. Tabel 2.1 geeft een nadere onderverdeling van de horeca². De CPI-prijsindex voor de horeca betreft voor het grootste deel de bestedingen van Nederlanders in de horeca in het binnenland en voor een kleiner deel de uitgaven in het buitenland. Tevens biedt de tabel informatie over de prijsontwikkeling in recente jaren en over het prijsverloop van enkele andere arbeidsintensieve diensten voor consumenten. Tabel 2.1 geeft aanleiding tot de volgende conclusies:

- ook in andere arbeidsintensieve sectoren ligt de prijsstijging dit jaar ruim boven de gemiddelde CPI-stijging.
- de stijging van de prijzen in de binnenlandse horeca ligt nog wat hoger dan gemiddeld voor de horeca, namelijk 7,2%. Café's en accommodaties kennen de sterkste prijsstijging, namelijk 8,2%.
- de prijzen in de horeca stegen ook in 2001 al fors, zowel in vergelijking met voorafgaande jaren als met de gemiddelde CPI-stijging. In de cafébranche was bijvoorbeeld de prijsstijging in 2001 net zo sterk als in de eerste acht maanden van 2002. Figuur 2.1 laat zien dat de prijsstijging in de cafébranche vooral begin 2001 plaatsvond, terwijl toen nog nauwelijks sprake was van een euro-effect.

Uit de cijfers kan voorts worden afgeleid dat de Nederlandse horeca 0,3%-punt bijdraagt aan de totale inflatie van 3,6% in de acht maanden van 2002.

Figuur 2.1 geeft het prijsverloop in de horeca grafisch weer. Naast de seizoeninvloed op de prijzen van (hotel)accommodaties laat deze figuur zien dat de prijzen in de café's respectievelijk restaurants begin 2002 een duidelijke verhoging hebben gekend. In de maanden daarna is de prijsindex voor café's en restaurants nog maar licht opgelopen.

¹ Ook de europrijzenmonitor van de Consumentenbond geeft aan dat de prijzen in (eet)café's, lunchrooms en snackbars boven gemiddeld zijn gestegen in de periode november 2001 - juni 2002 (Consumentenbond, Horeca bedient zichzelf, Consumentengids augustus 2002). Daar de CPI-statistiek van het CBS veel breder van opzet is, wordt in het vervolg van deze notitie alleen gebruik gemaakt van CPI-cijfers.

² In Bijlage A staat een soortgelijke tabel maar dan is de consumptieprijsindex geschoond voor veranderingen in BTW-tarief en accijnzen, de zogenoemde afgeleide CPI. Veranderingen in het hoge BTW-tarief en verlaging van het BTW-tarief op sommige arbeidsintensieve diensten leiden ertoe dat het macro-cijfer en de cijfers voor de kappers en de reparatiesector afwijken. De cijfers voor de horeca zijn nauwelijks beïnvloed door BTW-veranderingen, omdat het grootste deel van de afzet van de horeca belast wordt tegen het lage BTW-tarief van 6%. Ook de verhoging van de accijnzen op alcoholische dranken en de accijnsverlaging op frisdranken per 1 januari jongstleden hebben per saldo nauwelijks effect gehad op de prijzen.

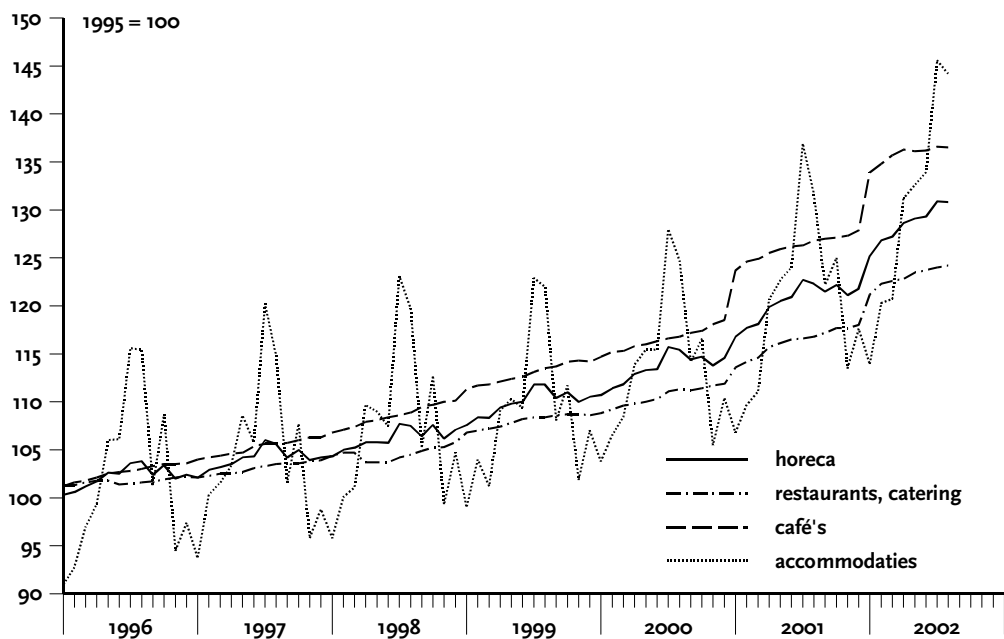
Tabel 2.1 Prijsontwikkeling diverse consumptie categorieën, gewone index, 1996-2002

	wegings- coëfficiënt	1996- 1998	1999	2000	2001	2002 ^a
mutaties per jaar in %						
Horeca	5521	2,2	3,1	3,1	5,4	6,3
w.v. binnenland	4122	2,0	3,5	3,3	6,1	7,2
w.v. restaurants, catering e.d.	1961	1,5	3,3	2,4	5,1	6,5
café's e.d.	1118	2,8	4,0	3,2	8,2	8,2
kantines	585	2,1	4,9	5,5	5,5	6,7
accommodaties	458	2,4	1,5	4,3	5,8	8,2
buitenland	1399	2,8	1,8	2,6	3,3	3,8
Reparaties	1701	0,7	3,5	3,8	6,5	6,8
Huishoudelijke diensten	984	2,7	4,3	4,2	5,5	7,6
Kappers	535	3,6	6,5	-1,1	5,8	5,3
Totaal gezinsconsumptie	100000	2,1	2,2	2,5	4,5	3,6

Bron : CBS, CPI

^a Januari t/m augustus 2002 ten opzichte van januari t/m augustus 2001

Figuur 2.1 Consumentenprijsindex binnenlandse horeca, 1996 - 2002



Overigens merkt de ECB voor het eurogebied in het algemeen op dat de prijzen in bepaalde takken van de dienstensector, zoals restaurants, kapperszaken en stomerijen, in de eerste helft van 2002 meer dan gebruikelijk zijn gestegen (ECB Maandbericht, juli 2002). Nederland is dus

geen uitzondering. De ECB schrijft tevens dat de bijzondere prijsontwikkeling in genoemde bedrijfstakken te maken kan hebben gehad met de introductie van de eurobankbiljetten en -munten.

3 Determinanten van de prijsontwikkeling

Kostenstijgingen en winstmargeveranderingen bepalen de prijsontwikkeling in een sector³. Gewoonlijk worden kostenstijgingen met enige vertraging doorberekend in de prijzen, alhoewel bij de vaststelling van prijzen ook rekening kan worden gehouden met verwachte kostenstijgingen, wanneer prijzen met grote tijdsintervallen worden aangepast. Tabel 3.1 geeft de opbouw van de waarde van de bruto productie, ofwel de omzet, van de horeca conform de Nationale Rekeningen van het CBS⁴. Ruim 50% van de productiewaarde van de horeca bestaat uit de kosten van leveringen uit andere bedrijfstakken (onder meer voedings- en genotmiddelen, energie, huren en zakelijke diensten). De lonen zijn daarna de grootste kostenpost met een aandeel van bijna 26%. Afschrijvingen op investeringen hebben een aandeel van 4%. Het overig inkomen vormt de restpost met een aandeel van ruim 19%. Tot het overig inkomen behoren het toegerekend loon van zelfstandigen, het winstinkomen, de belastingbetalingen en het saldo van rentebetalingen.

Door de invoering van de euro is 2002 een bijzonder jaar. Dit brengt zowel in 2001 als 2002 eenmalig extra kosten met zich mee vanwege dubbel prijzen, aanpassing van de administratie, aanpassing van automaten en kassa's, verandering van menukaarten en prijslijsten, etc. Daarnaast is het praktisch om in de horeca met afgeronde prijzen te werken die gemakkelijk zijn te voldoen zonder veel wisselgeld. Wanneer mooie guldenprijzen met de vastgestelde omrekenkoers worden veranderd in europrijzen, ontstaan geen mooie europrijzen. Afronding naar boven of naar beneden is dan noodzakelijk. Dit kan de marges beïnvloeden. Overigens hoeft een afronding naar boven niet te wijzen op een margeverbetering. Bedrijven zullen immers de invoering van europrijzen hebben gecombineerd met de reguliere prijsaanpassingen op basis van kostenontwikkelingen. De introductie van de euro kan daarbij hebben geleid tot uitstel of juist het naar voren halen van reguliere prijsaanpassingen, omdat de meeste horecabedrijven de prijzen slechts eenmaal per jaar veranderen. Uit een enquête van DNB blijkt

³ Bij gebrek aan consistente data over een langere periode, met name ten aanzien van diverse kostenonderdelen, is het niet mogelijk een prijsvergelijking voor de horeca te schatten.

⁴ In de opsomming ontbreekt het saldo van indirecte belastingen en subsidies met een aandeel van 0,5%.

Tabel 3.1 Bruto productiekosten horeca naar onderdelen, 2001

	mln euro	in % van bruto productie
Waarde bruto productie	15162	
Verbruik van goederen en diensten uit andere bedrijfstakken		50,3
w.v. uit invoer		11,2
uit binnenland		39,1
w.o. voedings- en genotmiddelen		10,1
openbaar nut		2,9
huren		3,7
zakelijke diensten		5,0
Afschrijvingen		4,0
Loonkosten		25,9
Overig inkomen		19,2

Bron: CBS, Nationale Rekeningen

dat bijna 70 % van de horecabedrijven één reguliere prijsaanpassing per jaar doorvoert⁵. Slechts 18% kent meerdere aanpassingen per jaar.

Het CBS heeft waargenomen dat in de horeca rond de jaarwisseling 2001-2002 ruim drie kwart van alle prijzen is veranderd, 85 procent van deze prijsveranderingen is een prijsverhoging.⁶ Het percentage prijsveranderingen ligt hoger dan tijdens voorgaande jaarwisselingen vanwege de invoering van de euro. Voorts worden vooral in de horeca veel mooie europrijzen aangetroffen⁷. Het percentage mooie europrijzen in de horeca lag begin 2002 op 83% en is opgelopen tot 92% in juli. Daarmee ligt het percentage mooie europrijzen begin 2002 nog wel iets onder het percentage mooie guldenprijzen in het vorig jaar⁸. Dit percentage varieerde in 2001 tussen 97% en 95%.

⁵ Zie P.J.A. van Els, C.K. Folkertsma en A.C.J. Stokman, 2001, De invloed van de euroconversie op de prijzen. Deel II: een empirische verkenning voor Nederland, Onderzoeksrapport Afdeling Wetenschappelijk Onderzoek en econometrie nr. 622, DNB.

⁶ CBS, 2002, Nieuwe prijzen, Index no.3

⁷ Mooie prijzen zijn op te splitsen in ronde prijzen, gebroken prijzen en psychologische prijzen. Ronde prijzen zijn geheeltallige bedragen, zoals 15,00. Gebroken bedragen zijn bedragen die gemakkelijk zijn te voldoen, zoals 2,50 euro. Voor deze bedragen is geen of slechts één munt nodig als wisselgeld. Bij psychologische prijzen is het laatste significante cijfer vaak een 9.

⁸ CBS, 2002, Prijskaartjes sinds de komst van de euro, Webmagazine, 9 september 2002.

Tabel 3.2 Aspecten bruto productieprijs

	1999	2000 ^a	2001 ^a	2002 ^d
	mutaties per jaar in %			
Horeca				
Bruto productieprijs	3,8	3,5	5,9	7
Prijs verbruik	1,6	3,6	4,8	2
w.v. uit invoer	0,3	3,5	0,2	
uit binnenland	1,9	3,6	6,2	
w.o. voedings- en genotmiddelen	0,3	2,7	6,5	
openbaar nut	0,3	9,0	12,9	
huren	4,7	3,5	3,4	
zakelijke diensten	3,3	3,1	5,1	
Prijs afschrijvingen	1,4	3,3	3,7	3
Contractloon (incl. overloop)	3,3	3,5	3,2	
Loonvoet	3,8	5,2	4,6	4½
Arbeidsproductiviteit ^c	-1,2	-0,9	-2,5	-1½
Arbeidskosten per eenheid product	5,1	6,1	7,2	6
Arbeidsinkomensquote (niveau in %)	68,6	70,2	70,7	68
Detailhandel en reparatie				
Bruto productieprijs	0,4	0,6	4,2	
Prijs verbruik	2,0	3,7	4,3	
Loonvoet	3,7	4,3	5,0	
Arbeidsproductiviteit ^c	1,4	0,7	-0,7	
Arbeidskosten per eenheid product	2,3	3,6	5,7	
Arbeidsinkomensquote (niveau in %)	80,8	86,9	89,6	
Overige dienstverlening^b				
Bruto productieprijs	2,9	5,4	4,9	
Prijs verbruik	2,6	3,4	4,1	
Loonvoet	2,5	3,5	5,5	
Arbeidsproductiviteit ^c	1,1	-0,7	0,0	
Arbeidskosten per eenheid product	1,4	4,3	5,5	
Arbeidsinkomensquote (niveau in %)	104,7	102,7	103,1	

^a Voorlopige cijfers

^b Dit betreft bedrijfsklasse 93 van de Standaard Bedrijfsindeling van het CBS waartoe onder meer stomerijen, kappers en schoonheidsspecialisten behoren.

^c Arbeidsproductiviteit gedefinieerd als het volume van de bruto productie per eenheid loonvolume.

^d Raming CPB

Bron: CBS, Nationale rekeningen wat betreft de cijfers tot en met 2001 m.u.v contractloon horeca (CPB)

Aan de hand van tabel 3.2 kan de recente ontwikkeling van de determinanten van de horecaprijzen worden besproken. In deze tabel staat de stijging van de bruto productieprijs van de horeca uit de Nationale Rekeningen centraal. De stijging hiervan komt ongeveer overeen met

die van de consumptieprijsindex voor de binnenlandse horecabestedingen. Afgemeten aan de arbeidsinkomensquote is de winstgevendheid van de horeca in 2000 en 2001 verslechterd (zie ook kader). Met name de sterke stijging van de arbeidskosten per eenheid product ligt hieraan ten grondslag. Maar ook stegen in 2001 de prijzen van verbruik van goederen en diensten uit andere Nederlandse bedrijfstakken aanzienlijk. Een en ander komt in het vervolg van deze paragraaf uitvoeriger aan de orde.

In 2001 is de sterke stijging van de prijzen van *voedings- en genotmiddelen en energie* opvallend. Vooral vlees en vleesproducten stegen in 2001 sterk in prijs als gevolg van de BSE- en MKZ-crisis. Over de eerste 7 maanden van 2002 zijn de prijzen van de binnenlandse afzet van de voedings- en drankenindustrie overigens met bijna een ½% gedaald⁹. De prijzen van groenten zijn na een sterke stijging begin 2002 in de maanden daarna weer wat gedaald. Begin 2002 lijkt ook een einde te zijn gekomen aan de stijging van de energieprijzen¹⁰. Al met al is het op basis van de nu beschikbare statistische informatie aannemelijk dat de verbruiksprijzen in 2002 gemiddeld beduidend minder sterk zullen stijgen dan in 2001.

De CAO-*lonen* zijn op jaarbasis in 2001 met 3,2% gestegen. Momenteel is de CAO die op 20 juni 2002 afliep, nog niet vernieuwd. Op jaarbasis levert de oude CAO vooralsnog een stijging van de contractlonen met 1,4% in 2002. Een nieuwe CAO zal dit percentage nog verhogen. De loonvoet, d.w.z. de loonsom per werknemer, is in 2000 en 2001 sterker gestegen dan de CAO-lonen. Naast een aanzienlijke stijging van de sociale lasten werkgevers is de ontwikkeling van het incidentele loon hiervoor verantwoordelijk. Waarschijnlijk heeft de krapte op de arbeidsmarkt geleid tot een forse stijging van het incidentele loon. De oplopende werkloosheid zal naar verwachting een einde maken aan dergelijke forse stijgingen.

Bepalend voor de prijzen is echter de ontwikkeling van de *arbeidskosten per eenheid product*, d.w.z. de stijging van de arbeidskosten per werknemer gecorrigeerd voor de verandering in de arbeidsproductiviteit. De horeca onderscheidt zich van de andere vermelde dienstverlenende bedrijfstakken door een sterkere stijging van de arbeidskosten per eenheid product. Dit wordt in belangrijke mate bepaald door een afwijkende ontwikkeling van de arbeidsproductiviteit. De laatste jaren daalde in de horeca de arbeidsproductiviteit volgens de CBS-gegevens¹¹. Dit impliceert dat de werkgelegenheid in de horeca sterker is gegroeid dan het afzetvolume. Voorts was de loonvoetstijging in 1999 en 2000 sterker dan in de andere twee bedrijfstakken. Opvallend is voorts dat de bedrijfstak detailhandel en reparatie er veel minder in geslaagd is de kostenstijgingen door te rekenen in de prijzen. De forse verslechtering van de

⁹ Zie CBS, Statistiek producentenprijzen Industrie

¹⁰ Zie CBS, Statline, Overzicht gemiddelde tarieven aardgas en elektriciteit, 1e kwartaal 2002

¹¹ Overigens is het meten van het afzetvolume en van de arbeidsproductiviteit met name in de dienstensector niet zonder problemen. Zie ook het kader 'Arbeidsproductiviteit: een kwestie van meten' (Centraal Economisch Plan 2000, p. 105).

arbeidsinkomensquote illustreert dit. Verscherping van de concurrentie in de detailhandel is hiervoor mogelijk een oorzaak.

Naast de in tabel 3.2 vermelde stijging van de prijzen van de kostenonderdelen kunnen ook de invoeringskosten van de euro, verzwaring van de administratieve lastendruk en verscherping van het toezicht op de naleving van bestaande regelgeving van invloed zijn geweest op de winstgevendheid in 2001. Met deze factoren is in de voorlopige cijfers van het CBS mogelijk nog onvoldoende rekening gehouden, zodat de winstgevendheid over 2001 nog wat lager kan uitkomen dan nu voorlopig wordt geraamd door het CBS¹².

Naar schatting van DNB heeft de invoering van de euro het totale Nederlandse bedrijfsleven EUR 3,5 miljard gekost¹³. Deze kosten zijn gespreid over een aantal jaren gemaakt. DNB heeft op basis van een begin dit jaar gehouden enquête onder detaillisten, waaronder horecagelegenheden, wel geconcludeerd dat de invoering van de euro per 1 januari 2002 een effect heeft gehad op de totale CPI-inflatie van 0,2 à 0,4%-punt¹⁴. Uit nader onderzoek leidt DNB af dat ongeveer een derde van deze verhoging verband houdt met doorberekende invoeringskosten. Voor het overige vloeit de prijsverhoging voort uit afrondingseffecten. Daar in de horeca relatief veel met mooie prijzen wordt gewerkt en de afronding van relatief kleine bedragen een relatief groot effect heeft, kan het euro-effect in de horeca boven het gemiddelde liggen en daarmee voor een deel de boven gemiddelde prijsstijging in de horeca verklaren.

Op verzoek van het CPB heeft DNB de gegevens van de januari-enquête nader geanalyseerd voor de horeca. Op basis hiervan worden de totale euro-invoeringskosten in de horeca geraamd

¹² De gegevens omtrent de arbeidsinkomensquote die in tabel 3.2 voor de jaren 2000 en 2001 zijn opgenomen, zijn voorlopige cijfers. Met name het volume van het verbruik van goederen en diensten uit andere bedrijfstakken (kassa's en andere apparatuur, (brand)beveiliging, bouwkundige aanpassingen, administratieve diensten, etc.) kan vanwege de genoemde factoren nog worden onderschat, omdat dit verbruik in de voorlopige cijfers gebaseerd is op verhoudingscijfers tussen afzet en verbruik uit 1999 en eerdere jaren. In de definitieve cijfers zullen de resultaten van een uitgebreide enquête van het CBS onder horecabedrijven naar hun afzet en kosten verwerkt zijn. De definitieve cijfers over 2001 publiceert het CBS in 2004 in de Nationale Rekeningen 2003.

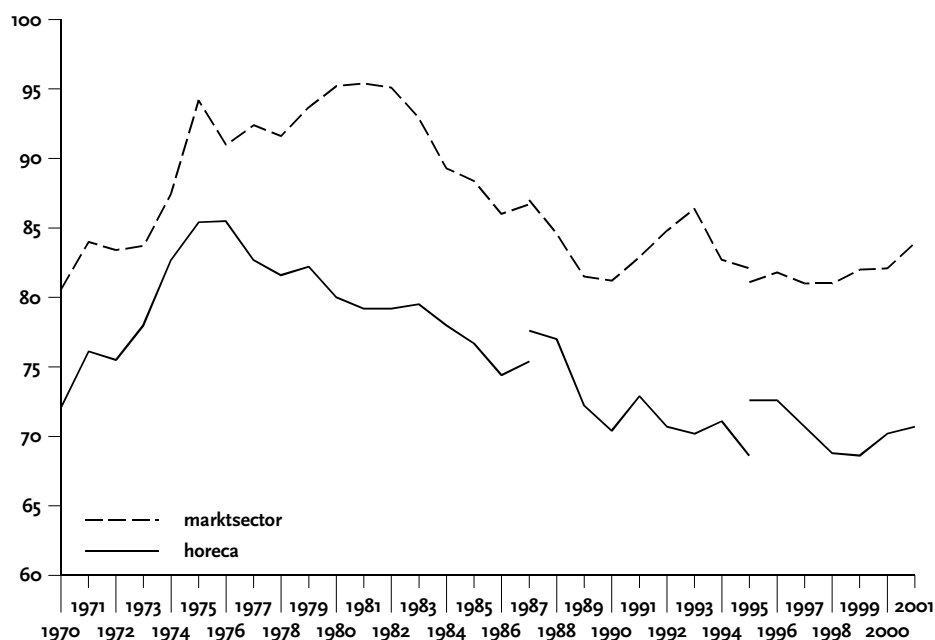
¹³ De Nederlandsche Bank, 2002, Jaarverslag 2001

¹⁴ DNB, 2002, Soepele overgang op de euro, hogere prijzen?, DNB Kwartaalbericht Maart 2002. Ook DNB constateert op basis van haar enquêteresultaten dat de prijsverhoging op het moment van overschakeling op europrijzen het hoogst was in de horeca. DNB tekent daarbij echter aan dat dit niet alleen het effect was van de invoering van de euro, maar ook van reguliere prijsaanpassingen uit hoofde van gestegen kosten uit bedrijfsvoering. Eind juni is in opdracht van DNB de enquête door het NIPO herhaald. Uit deze enquête blijkt dat ook na januari van dit jaar nog eurogerelateerde prijsverhogingen hebben plaatsgevonden waardoor het effect van de invoering van de euro op de CPI nu door DNB op 0,6%-punt wordt geschat.

Winstgevendheid van de horeca in historisch perspectief

In economische analyses van bedrijfstakken wordt gewoonlijk de arbeidsinkomensquote als indicator voor de winstgevendheid gehanteerd. De arbeidsinkomensquote is het aandeel van de lonen, inclusief het toegerekend loon van zelfstandigen, in de netto toegevoegde waarde van een bedrijfstak. De AIQ is daarmee het complement van de kapitaalinkomensquote. Grofweg geldt dat hoe lager de AIQ is, hoe hoger de winstgevendheid. Onderstaande figuur illustreert dat sinds het midden van de jaren zeventig de arbeidsinkomensquote van de bedrijfstak horeca een dalende tendens vertoont. De winstgevendheid in de horeca is ook in de tweede helft van de jaren negentig substantieel verbeterd. In 2000 en 2001 is de winstgevendheid weer wat verslechterd, alhoewel in ruimer historisch perspectief de arbeidsinkomensquote op een laag niveau blijft. Niettemin heeft de kapitaalinkomensquote van de horeca zich in de periode 1995-2001 gunstiger ontwikkeld dan die voor de gehele marktsector.

Figuur Arbeidsinkomensquote horeca, 1970 - 2001



Bron: CBS, Nationale Rekeningen. Vanwege revisies van de Nationale Rekeningen bevat de figuur voor 1987 en 1995 twee cijfers.

op EUR 95 mln en het euro-effect op de gemiddelde prijs in de horeca op 0,7%-punt.¹⁵ Dit euro-effect betreft zowel het afrondingseffect als het effect van de invoeringskosten. De schatting van het euro-effect is met ruime onzekerheidsmarges omgeven. Voorts kan het euro-effect zijn

¹⁵ Met dank aan DNB voor het uitvoeren van de aanvullende berekeningen en het beschikbaar stellen van de uitkomsten.

onderschat door discrepantie tussen wat ondernemers zeggen en wat zij hebben gedaan en een selectieve respons.

De horeca behoort tot de bedrijfstakken met de hoogste administratieve lastendruk. In procenten van de toegevoegde waarde bedragen de administratieve lasten in de horeca 7%, tegen 3% gemiddeld voor bedrijven¹⁶. De administratieve lasten drukken relatief zwaar op het kleinbedrijf. Volgens het EIM zijn de administratieve lasten in de horeca in 2001 met 0,5 mln euro gestegen door wijzigingen in wet- en regelgeving van de rijksoverheid.

Naast informatieverstrekkingsverplichtingen wordt de horeca geconfronteerd met een indrukwekkende hoeveelheid regelgeving waaraan moet worden voldaan, onder meer op het gebied van sociale veiligheid, voedselveiligheid, arbo-veiligheid, brandveiligheid, milieu-veiligheid en volksgezondheid¹⁷. Deels betreft het landelijke regelgeving, deels lokale regelgeving. Gegevens ontbreken echter omtrent lastenveranderingen door wijzigingen in lokale regelgeving en/of aanscherping van toezicht op naleving van bestaande regelgeving, mede naar aanleiding van de cafébrand in Volendam. Koninklijke Horeca Nederland stelt dat maatregelen op het gebied van hygiëne en veiligheid tot een zodanige kostenstijging hebben geleid dat de bedrijfsresultaten onder druk zijn komen te staan. Deze maatregelen hebben waarschijnlijk ook tot een kwaliteitsstijging binnen de horeca geleid, zonder dat dit als zodanig is verwerkt in de statistieken. Dit kan ook helpen verklaren waarom de statistieken de laatste jaren een daling van de arbeidsproductiviteit aangeven.

Afsluitend kan geconcludeerd worden dat de sterke kostenstijgingen in 2001 en de verslechtering van de winstgevendheid in de afgelopen twee jaar een boven gemiddelde stijging van de horecaprijzen in 2002 kunnen verklaren. De ontwikkeling van de verbruiksprijzen en die van de arbeidskosten per eenheid product in zowel 2001 als 2002 kunnen echter niet de stijging van de binnenlandse horecaprijzen met 7,2% in de eerste acht maanden van 2002 verklaren. Deze prijsstijging in 2002 overtreft de prijsstijging van de kostenbestanddelen in 2001. Zelfs wanneer de door DNB geschatte invoeringskosten van de euro voor de horeca verondersteld worden volledig gemaakt te zijn in 2002, wijst een voorlopige raming van het CPB op een verbetering van de kapitaalinkomensquote met circa 2¼%-punt in 2002. De winstgevendheid komt daarmee zelfs boven het hoge niveau van 1999. Alleen wanneer de aanscherping van het toezicht op de naleving van bestaande regels de horeca gezamenlijk meer dan EUR 300 mln zou kosten aan extra verbruik en afschrijvingen blijft de winstgevendheid in 2002 op hetzelfde niveau als in 2001.

¹⁶ Zie J.J. Boog, M. Jansen en M.J.F. Tom, 2002, Monitor administratieve lasten bedrijven 2001, EIM.

¹⁷ Zie voor een overzicht http://www.horeca.org/hninfo/beleid/adm_lasten/veiligheidsregels.htm

4 Concurrentie in de horeca

In de horeca zijn ongeveer 40 000 bedrijven actief¹⁸. Door dit grote aantal kan snel de indruk ontstaan dat in de horeca sprake is van sterke mededinging. Echter, de concurrentie in de horeca is wellicht minder sterk dan op het eerste gezicht verwacht. Immers, in de horeca is veelal sprake van lokale, gesegmenteerde markten, waarbij soms nog één eigenaar via verschillende bedrijven actief is op een lokale deelmarkt. Daarnaast wordt de toetreding van nieuwe bedrijven belemmerd door de grote hoeveelheid regelgeving op het terrein van de horeca. Door deze regelgeving wordt bijvoorbeeld ook het aanbod van panden met een horecabestemming beperkt. Uit een enquête van DNB blijkt dan ook dat de prijsconcurrentie in de horeca zwakker is dan in supermarkten, meubelzaken en winkels voor huishoudelijke artikelen¹⁹.

Een horeca-ondernemer concurreert echter niet alleen met andere horeca-ondernemers, maar ook met aanbieders van andere consumptiegoederen en -diensten. De relatief sterke prijsstijging in de horeca heeft er mede toe geleid dat het volume van de horecabestedingen van consumenten in 2001 en de eerste helft van 2002 is gedaald, terwijl het volume van de totale consumptieve uitgaven nog steeg. Hogere prijzen leiden dus wel tot lagere afzetvolumes.

5 Tot slot

De horeca is in 2001 geconfronteerd met sterke kostenstijgingen. Zowel in 2000 als in 2001 is de winstgevendheid volgens voorlopige gegevens van het CBS verslechterd. De beschreven kostenstijgingen en de verslechtering van de winstgevendheid maken een boven gemiddelde stijging van de consumptieprijzen in de horeca in 2002 verklaarbaar.

Naar schatting van het CPB heeft de horecabranche de introductie van de euro wel aangegrepen om de winstmarges te verhogen. De kapitaalinkomensquote verbetert met 2¾%-punt in 2002. Daarmee wordt de verslechtering van de winstgevendheid in 2000 en 2001 meer dan gecompenseerd, terwijl voor de horeca als geheel de winstgevendheid in deze jaren in breder historisch perspectief al goed te noemen is²⁰. Alleen wanneer de extra kosten van

¹⁸ Zie CBS, Statistisch Jaarboek 2002. Cijfer geeft stand per 1 januari 2000 aan.

¹⁹ P.J.A. van Els, C.K. Folkertsma en A.C.J. Stokman, 2001, De invloed van de euroconversie op de prijzen. Deel II: een empirische verkenning voor Nederland, Onderzoeksrapport Afdeling Wetenschappelijk Onderzoek en econometrie nr. 622, DNB.

²⁰ Wel is het bedrijfsresultaat van veel eenmanszaken en van bedrijven met twee meewerkende zelfstandigen volgens Koninklijke Horeca Nederland onvoldoende om een redelijk inkomen te garanderen (zie Koninklijke Horeca Nederland, Position paper prijsontwikkelingen, 2002).

naleving van bestaande regels in 2002 voor de horeca als geheel meer dan EUR 300 mln zou bedragen, dan zou de winstgevendheid in 2002 op hetzelfde niveau als in 2001 blijven.

Een minder sterke prijsconcurrentie binnen de horeca dan in andere bedrijfstakken maakt de geschatte margeverbetering tijdelijk ook voor een deel mogelijk. Vanuit theoretisch oogpunt mag verwacht worden dat de invoering van de euro slechts tijdelijke effecten heeft op de winstmarge, omdat de fundamentele ontwikkeling van vraag en aanbod door de invoering niet verandert. Uiteindelijk bepalen vraag en aanbod de prijs.

De invoering van de euro vormde een aanleiding tot verbetering van de winstgevendheid op korte termijn. Horecabedrijven waren immers gedwongen om per 1 januari jl. hun prijzen opnieuw vast te stellen. De horeca werkt relatief veel met mooie prijzen, zodat afronding tot mooie europrijzen effect heeft gehad. Doordat de meeste horecabedrijven voorts slechts eenmaal per jaar hun prijzen aanpassen, kunnen daarnaast reguliere prijsstijgingen zijn uitgesteld of naar voren gehaald²¹. Hierdoor kan het prijsverloop in de nabije toekomst afvlakken. Ook maken de beschikbare informatie over kostenontwikkeling in 2002 tot dusver, afnemende krapte op de arbeidsmarkt, de concurrentie met andere bestedingen en het eenmalige karakter van de invoeringskosten van de euro een gematigder prijsontwikkeling in 2003 aannemelijk.

²¹ Het in vergelijking met voorgaande jaren hoge percentage prijsveranderingen bij de laatste jaarwisseling wijst hier ook op.

Bijlage Afgeleide consumentenprijsindex

Tabel Prijsontwikkeling diverse consumptie categorieën, afgeleide index ^a, 1996-2002

	wegings- coëfficiënt	1996- 1998	1999	2000	2001	2002 ^b
		mutaties per jaar in %				
Horeca	5521	2,2	3,1	3,1	5,3	6,3
w.v. binnenland	4122	2,0	3,5	3,3	6,0	7,2
w.v. restaurants, catering e.d.	1961	1,5	3,3	2,4	5,1	6,5
café's e.d.	1118	2,8	4,0	3,2	7,7	8,1
kantines	585	2,1	4,9	5,5	5,5	6,7
accommodaties	458	2,4	1,5	4,3	5,8	8,2
buitenland	1399	2,8	1,8	2,6	3,3	3,8
Reparaties	1701	0,7	3,5	4,4	5,2	6,8
Huishoudelijke diensten	984	2,7	6,0	4,2	5,0	7,6
Kappers	535	3,6	6,5	9,7	5,8	5,3
Totaal gezinsconsumptie	100000	1,7	1,7	2,2	3,5	3,6

^a Exclusief het effect van veranderingen in de tarieven van kostprijsverhogende (indirecte) belastingen en de consumptie-gebonden belastingen.

^b Januari t/m augustus 2002 ten opzicht van januari t/m augustus 2001.

Bron: CBS