

Verklaring van de Commissie Reductie Administratieve Lasten Prijzenwet (REAL)

1. Inleiding

De Prijzenwet is niet een wet die alle ondernemers scherp op het netvlies hebben. Een substantieel deel van de ondernemers is niet op de hoogte van het bestaan van de wet. Toch is de Prijzenwet verantwoordelijk voor een bedrag van 474 miljoen aan administratieve lasten¹, circa 70% van de totale administratieve lasten van het Ministerie van Economische Zaken (EZ).

De Prijzenwet – of beter gezegd de besluiten die onder de Prijzenwet vallen² – regelen grosso modo twee dingen: verkopers moeten de verkoopprijs van hun producten en de verkoopprijs per meeteenheid aanduiden. Omdat de wet hiermee dus een verplichting oplegt aan bedrijven om informatie te verstrekken aan de consument, vallen de integrale kosten van de prijsaanduiding onder de formele definitie van administratieve lasten.³

Aan het begin van deze kabinetsperiode stelden beide bewindslieden van EZ zichzelf ten doel om de administratieve lasten van de Prijzenwet met circa 60 mln. te verminderen.⁴ De “Gemengde Commissie” onder leiding van Hans Smits raamde destijds dat deze besparing gerealiseerd kon worden door technologische ontwikkelingen en inspanningen vanuit brancheorganisaties. In het bijzonder door de verdere toepassing van ICT zouden de administratieve lasten van prijsaanduiding fors omlaag kunnen. De inschatting van de Gemengde Commissie was toen dat hier geen overheidsinterventie voor nodig was.

¹ Stand ultimo 2002. Bron: EIM, *Administratieve Lasten EZ-regelgeving 2002*, Zoetermeer: juni 2003.

² Het betreft hier het “Besluit prijsaanduiding producten” (het “Prijsbesluit”) en het “Besluit prijsaanduiding kappers”.

³ Interdepartementale Projectorganisatie Administratieve Lasten, “*Metten is weten*”, Den Haag: december 2003.

⁴ Op basis van voorstellen van de Gemengde Commissie onder leiding van Hans Smits.

Eind 2004 kwam vanuit het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (HBD) echter het geluid dat bedrijven in de detailhandel de verwachte maatregelen slechts in beperkte mate nemen. De Staatssecretaris van Economische Zaken zag hierin aanleiding om onmiddellijk actie te ondernemen.

De staatssecretaris heeft een commissie samengesteld bestaande uit vertegenwoordigers uit de detailhandel en een onafhankelijke voorzitter.⁵ Zij heeft deze commissie – de commissie Reductie Administratieve Lasten Prijzenwet (REAL) – gevraagd te onderzoeken wat de belemmeringen zijn om de eerder verwachte efficiencyverbeteringen te realiseren, wat het Ministerie van Economische Zaken zou kunnen doen om de benodigde efficiencymaatregelen te bevorderen en welk besparingspotentieel tot en met 2007 onder welke voorwaarden nog verzilverd zou kunnen worden.

In de volgende paragrafen doet de commissie REAL verslag van haar bevindingen. Hierbij worden de aangrijpingspunten die voor een reductie van de administratieve lasten gebruikt zouden kunnen worden één voor één langsgelopen. In paragraaf 2 wordt ingegaan op de rol die de Prijzenwet zelf kan spelen. Paragraaf 3 gaat in op de mogelijkheid om via efficiencymaatregelen de gewenste reductie te bereiken. Aan het eind volgt een samenvatting van de conclusies en aanbevelingen.

2. De Prijzenwet

De administratieve lasten van de Prijzenwet worden volledig veroorzaakt door de twee besluiten die onder de Prijzenwet vallen.⁶ De belangrijkste van deze twee besluiten – het Prijsbesluit⁷ – is weer gebaseerd op een Europese Richtlijn.⁸ Zoals gezegd regelen die

⁵ Zie Bijlage 1 voor de samenstelling van de commissie.

⁶ Het betreft hier het “Besluit prijsaanduiding producten” (het “Prijsbesluit”) en het “Besluit prijsaanduiding kappers”.

⁷ Dit besluit is verantwoordelijk voor 473½ mln van het totaal van 474 mln aan administratieve lasten van de Prijzenwet.

besluiten grosso modo twee dingen: verkopers moeten de verkoopprijs van hun producten en de verkoopprijs per meeteenheid aanduiden. Worden deze verplichtingen als een administratieve last ervaren? Of leveren ze op een andere manier hinder op voor het bedrijfsleven?

De aanduiding van de gewone verkoopprijs: geen probleem

Wat betreft het aanduiden van de gewone verkoopprijs luidt het antwoord duidelijk “Nee.” De Prijzenwet stelt op dit punt alleen verplicht om de verkoopprijs “bevattelijk”, “ondubbelzinnig” en “goed leesbaar” aan te duiden “op, in of nabij het product”. Dit maakt op zo’n natuurlijke manier onderdeel uit van het bedrijfsproces dat ondernemers de kosten die hiermee samenhangen niet als een administratieve last zien.

Integendeel, omdat de prijzen van producten een essentieel onderdeel zijn van de marketingmix, zien bedrijven het aanduiden van hun winkelprijzen als een onmisbaar onderdeel van hun bedrijfsproces. Ook zonder Prijzenwet zouden zij dit doen. En als je ondernemers hier expliciet naar vraagt, geven zij ook geen indicatie dat zij hun verkoopprijzen zonder Prijzenwet op een andere manier zouden aanduiden.⁹ Consumenten willen nu eenmaal weten wat iets kost. Zonder prijsaanduidingen zouden zij vragen wat iets kost en het persoonlijk beantwoorden van al die vragen zou veel hogere kosten met zich meebrengen dan 474 mln.

De commissie vraagt zich daarom af of het vanuit praktisch oogpunt wel correct is om van een administratieve last te spreken. De kosten die bedrijven maken voor het aanduiden van hun verkoopprijzen, worden door bedrijven immers niet gemaakt vanwege de wettelijke verplichting uit de Prijzenwet. Er lijken dus geen incrementele kosten te zijn die bedrijven *vanwege de Prijzenwet* maken voor het aanduiden van hun gewone

⁸ Het gaat hier om Richtlijn 98/6/EG van het Europees Parlement en de Raad van 16 februari 1998, betreffende de bescherming van de consument inzake de prijsaanduiding van aan de consument aangeboden producten.

⁹ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

verkoopprijzen. Ook PricewaterhouseCoopers benadrukt dit punt.¹⁰ Om begripsverwarring te voorkomen zal de commissie – waar in dit stuk de kosten van prijsaanduiding aan de orde komt – echter blijven spreken van administratieve lasten.

De formulering van de tekst van het Prijsbesluit wijkt momenteel iets af van de formulering van de Europese Richtlijn. Maar ook aanpassing van de tekst van het Prijsbesluit aan de letterlijke tekst van de Richtlijn zal bedrijven er niet toe bewegen anders te gaan prijzen, zo volgt uit onderzoek¹¹. Ondernemers gebruiken marktconforme methoden en maken marktconforme kosten om hun producten te prijzen. Conclusie: aanpassing van de tekst van de Prijzenwet (of het daaronder hangende Prijsbesluit) zal niet tot een administratieve lastenreductie leiden.

De Prijzenwet vormt in de praktijk ook geen belemmering om flexibel met de verkoopprijs om te gaan. Diverse ketens werken met vaste prijsaanduidingen, maar geven de consument tegelijkertijd de gelegenheid om korting te bedingen. Genoeg winkeliers werken met inruilacties: lever in en krijg korting. De Prijzenwet vormt dus ook hier geen belemmering.

De Prijzenwet is dus – waar het gaat om de verplichting om de verkoopprijs aan te duiden – geen issue voor de detailhandel. De kosten die hiermee samenhangen worden niet als een administratieve last ervaren.

De verplichte aanduiding van de prijs per meeteenheid: hinderlijk

Wat voor een deel van de detailhandel wel een issue is, is de verplichting om de prijs per meeteenheid aan te duiden. Een substantieel deel van de relevante detailhandel¹² ervaart dit duidelijk als hinderlijk. De hinder zit niet zozeer altijd in het aanduiden van de prijs

¹⁰ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

¹¹ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

¹² Met “relevante detailhandel” wordt dat deel van de detailhandel bedoeld die met een verplichting tot aanduiding van de prijs per meeteenheid te maken heeft.

per meeteenheid op zichzelf maar in de *verplichting* om dit te doen. Het aanduiden van de prijs per meeteenheid wordt voor sommige producten niet als zinvol ervaren en kan soms ook verwarrend zijn naar de consument. Wat zegt de prijs per kilogram wasmiddel als de benodigde hoeveelheid per wasbeurt tussen merken sterk verschilt?

In andere gevallen is het aanduiden van de prijs per meeteenheid wèl zinvol, bijvoorbeeld in het geval van verswaren. Ondernemers zijn prima zelf in staat om de afweging te maken wanneer aanduiding van de prijs per meeteenheid wel of niet zinvol is. Waar de consument behoefte heeft aan informatie over de prijs per meeteenheid heeft de winkelier er alle belang bij deze ook te verstrekken. Waar niet, kan deze achterwege blijven. Generieke verplichtingen werken verstarrend en zijn ook onnodig betuttelend naar de consument.

Net als alle andere onderdelen van de Prijzenwet vloeit ook dit onderdeel echter rechtstreeks voort uit een Europese Richtlijn. Hier past dan ook in de eerste plaats een oproep aan Brussel. Is het echt nodig is om dit soort verplichtingen vanuit Brussel op te leggen? De Europese Commissie is momenteel bezig om verslag te doen van de toepassing van de Richtlijn in de verschillende EU-lidstaten, en zal bij dit verslag een voorstel doen om de Richtlijn eventueel aan te passen. Wij bevelen aan dat Nederland zich dan inzet om de verplichte prijsaanduiding per meeteenheid uit de Richtlijn te schrappen.

Tot die tijd is het belangrijk om de ruimte die de Richtlijn biedt om vrijstellingen te geven ook maximaal te benutten. In Nederland is van alle vrijstellingsmogelijkheden al gebruik gemaakt (hoewel ondernemers niet altijd van alle vrijstellingen op de hoogte zijn¹³). Toch kunnen de vrijstellingen in het Prijsbesluit – binnen het kader van de Richtlijn – nog verruimd worden. De commissie REAL doet hiervoor enkele specifieke voorstellen. Deze zijn opgenomen in een bijlage. Via uitvoering van deze voorstellen kan een groot stuk hinder m.b.t. het prijzen per meeteenheid worden weggenomen. Het gaat om het opnemen van een vrijstelling voor producten als afwasmiddel, wasmiddel, shampoo of verf. Voor

¹³ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

dit soort producten geldt in de ogen van de commissie dat het aanduiden van de prijs per meeteenheid verwarrend werkt, omdat de hoeveelheid die van dit soort producten gebruikt moet worden om het gewenste resultaat te bereiken sterk tussen merken kan verschillen.

Het verruimen van de vrijstellingsmogelijkheden voor het prijzen per meeteenheid zal met name irritatie wegnemen, maar zal niet veel betekenen in termen van administratieve lastenreductie.¹⁴

Wat betekent dit?

Afgezien van de wettelijke verplichting tot het prijzen per meeteenheid ondervindt de detailhandel dus geen hinder van de Prijzenwet. Men ervaart de kosten van de gewone prijsaanduiding niet als een administratieve last en men vindt het een zaak van het bedrijfsleven zelf om af te wegen of er investeringen moeten worden gedaan om de efficiency van de prijsaanduiding te vergroten of niet.

Verder blijkt dat ondernemers de Prijzenwet slecht kennen. Dat geldt zowel voor de Prijzenwet in het algemeen als voor de bepalingen die betrekking hebben op het prijzen per meeteenheid. Zo blijkt uit onderzoek van PricewaterhouseCoopers¹⁵ dat ondernemers slecht op de hoogte zijn van de vrijstellingen die op dit moment al in het Prijsbesluit

¹⁴ EIM heeft destijds geschat dat krap 4 mln van de 474 mln aan administratieve lasten van de Prijzenwet samenhangt met het prijzen per meeteenheid. Hiervan uitgaande zal de voorgestelde verruiming van de vrijstellingen in het Prijsbesluit een fractie hiervan aan administratieve lasten reductie opleveren. Ten eerste zijn kleine zelfbedieningszaken in de detailhandel vrijgesteld van de verplichting tot het prijzen per meeteenheid. Ten tweede zie je bij geautomatiseerde bedrijven dat de IT-systemen vaak al zijn ingericht op de verplichting om te prijzen per meeteenheid. Het afschaffen van de verplichting zal bij deze bedrijven dan ook niet tot kostenreducties leiden. Ten derde zie je dat een aantal handelingen die men moet doen om in verband met het prijzen per meeteenheid ook moeten plaatsvinden in het kader van de gewone prijsaanduiding.

¹⁵ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

zitten voor de verplichting om te prijzen per meeteenheid.¹⁶ Hier ligt dus een belangrijke rol voor de overheid: licht de branche beter in over wat wel en wat niet moet.

Hoewel de wet- en regelgeving rond het prijzen van producten nu geen belemmering oplevert is het echter nooit vanzelfsprekend dat dit in de toekomst ook zo zal zijn. Technologische ontwikkelingen gaan verder. In algemene zin geldt dat de overheid er altijd alert op zal moeten zijn dat wet- en regelgeving ook in de toekomst geen belemmering gaat opleveren voor de toepassingen van nieuwe technologie.

In het geval van de detailhandel is het mogelijk dat, als gevolg van technologische ontwikkelingen, in de toekomst hele andere bedrijfsconcepten gebruikt gaan worden, waarbij prijzen van producten per consument verschillen en tevens afhankelijk worden van de plaats en tijd van verkoop. Het is belangrijk dat de overheid ver genoeg vooruit kijkt, in kaart brengt welke wet- en regelgeving mogelijk belemmeringen kan gaan opwerpen en op tijd actie onderneemt om waar mogelijk wet- en regelgeving aan te passen. Vooralsnog ondervindt de detailhandel echter geen hinder van de wet- en regelgeving rond prijsaanduiding.

Hoewel dit punt niet in relatie staat tot de administratieve lasten van de Prijzenwet wil de commissie nog één ander punt onder de aandacht brengen. Het betreft hier de verschillen die tussen Europese landen bestaan op het vlak van regelgeving rond kortingen en acties. Uit het onderzoek van PricewaterhouseCoopers blijkt dat ondernemers die actief zijn op markten buiten Nederland (in het bijzonder in België en Duitsland) pleiten voor harmonisatie van wetgeving binnen Europa op dit punt.

¹⁶ Zie Bijlage II van het Prijsbesluit

3. Efficiencymaatregelen

Er valt dus geen administratieve lastenreductie te behalen door de Prijzenwet aan te passen. De administratieve lastenreductie moet dus uit efficiencymaatregelen komen, zoals destijds ook al werd geconcludeerd door de commissie Hans Smits. De vraag is alleen waarom deze maatregelen niet goed van de grond komen. In dit stuk doen wij drie belangrijke waarnemingen, die hier een verklaring voor kunnen geven:

1. een relatief groot deel van het MKB in de detailhandel werkt nog ambachtelijk en maakt weinig gebruik van ICT;
2. het behalen van efficiencywinsten bij prijsaanduiding heeft geen prioriteit voor de detailhandel;
3. kansrijke technologieën zijn nog te duur.

Hieronder zullen wij deze waarnemingen toelichten.

Waarneming 1: Een relatief groot deel van het MKB in de detailhandel werkt nog ambachtelijk en maakt weinig gebruik van ICT

Een eerste observatie is dat binnen een relatief groot deel van het MKB in de detailhandel nog weinig of geen gebruik wordt gemaakt van ICT. Veel handelingen worden daar nog handmatig verricht. Bijna 25% van de ondernemers in de detailhandel heeft geen computer. Ruim 40% heeft geen toegang tot internet. Verder zien we dat nog relatief veel ondernemers in de detailhandel hun *back office* en verkooppunten niet geautomatiseerd hebben. Slechts 37% van de bedrijven in de detailhandel die een computer of intelligente kassa tot hun beschikking hebben, gebruikt software voor hun inkoop-, assortiments- en voorraadbeheer. Slechts 22% maakt gebruik van barcodescanners in combinatie met intelligente kassa en betaalautomaat.¹⁷

PricewaterhouseCoopers verwacht niet dat de automatiseringsgraad in de detailhandel (back-office en verkooppunten in winkels) de komende 2½ jaar sterk zal toenemen.¹⁸ Dit

¹⁷ En 30% van de ondernemers heeft geheel geen automatisering op het verkooppunt.

¹⁸ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

heeft duidelijke effecten voor de kansen om tot en met 2007 een administratieve lastenreductie te realiseren.

Ten eerste kan de automatisering van de back office en verkooppunten winkels namelijk een direct effect hebben op de administratieve lasten van de Prijzenwet. Zonder die automatisering blijft dit effect uit. Zo maakt het gebruik van een barcodescanner het voor sommige winkels mogelijk om niet langer elk individueel product apart te prijzen (zodat de kassajuffrouw kan zien hoeveel het kost) maar om over te stappen op schapetikettering. In andere winkels zal het door het gebruik van een computer met printer minder tijd gaan kosten om prijskaartjes of stickers te fabriceren. PricewaterhouseCoopers schat dat de potentiële besparingen op de administratieve lasten van de Prijzenwet bij een algehele automatisering van back offices en verkooppunten in het hele MKB in de detailhandel gemiddeld op 2,5 à 7,5% per MKB-bedrijf. Zonder automatisering wordt die besparing misgelopen.

Ten tweede betekent de gebrekkige automatisering van de detailhandel dat voor een relatief groot deel van de branche de deur naar implementatie van nieuwe veelbelovende technologieën gesloten blijft. Met name digitale schapetikettering is een technologie die de administratieve lasten van de Prijzenwet echt fors zou kunnen verlagen. Zolang winkels en back office echter nog niet geautomatiseerd zijn, is het niet mogelijk van dit soort technologie gebruik te maken.

Maar wat is de reden dat winkeliers hun bedrijfsprocessen niet verder automatiseren? De commissie REAL ziet hier met name twee type belemmeringen. In de eerste plaats praktische belemmeringen. Ten tweede is het een mentaliteitskwestie, mede veroorzaakt door een gebrek aan kennis.

Praktische belemmeringen voor verdere automatisering

Het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) wijst erop dat het (optimaal en) effectief gebruik van ICT op het terrein van inkoop-, voorraad- en assortimentsbeheer vereist dat bedrijven in de gehele productieketen (zowel leveranciers als detaillisten) bereid zijn en

in staat zijn gebruik te maken van *centraal artikelbeheer*. Dat wil zeggen dat verschillende schakels in de keten gebruik maken van dezelfde standaarden voor de identificatie van artikelen, de indeling van artikelen in artikelgroepen en het formaat waarin artikelgegevens met elkaar worden uitgewisseld via elektronische weg. Zonder deze standaarden zullen de artikelgegevens in de verschillende interne en externe systemen verschillend zijn. Dit zal het rendement van investeringen in ICT t.b.v. inkoop-, assortiments- en voorraadbeheer aantasten.

Om dit probleem te verhelpen zou binnen de diverse branches gewerkt moeten gaan worden aan de introductie van standaarden op het gebied van artikelbeheer. In de levensmiddelenbranche (supermarkten) is men al ver gevorderd met de introductie van dit soort standaarden in de distributieketen. Maar in andere branches is verdere actie op dit punt gewenst.¹⁹ Probleem is hier wel dat in het verleden veel initiatieven op dit gebied niet succesvol zijn geweest. Het blijkt zeer moeilijk te zijn dergelijke standaarden te ontwikkelen in verband met de diverse belangen die binnen de branche spelen en die soms tegengesteld aan elkaar zijn. Bijvoorbeeld: een samenwerkingsverband kan er bewust voor kiezen om gebruik te maken van eigen standaarden om zodoende haar leden sterker aan zich te binden. In zo'n geval bestaat de kans dat een dergelijke organisatie initiatieven gericht op het ontwikkelen van open standaarden, die voor iedereen vrij beschikbaar zijn niet ondersteunt. Verder is in de meeste branches sprake van een sterk gefragmenteerde markt, zowel aan de kant van de leveranciers als aan de kant van de detailhandel zelf. Er was hierdoor nooit sprake van een dominante marktpartij die het gebruik van standaarden kon "afdwingen".

Het opzetten van een systeem met centraal artikelbeheer vereist daarom een aanpak waarbij alle stakeholders betrokken zijn en zich committeren aan een gezamenlijk ontwikkeltraject. Dit kan het beste onder de regie van een onafhankelijke facilitator. Een dergelijke aanpak kost tijd en het is onzeker of dat in de termijn tot en met 2007 al tot resultaten kan leiden in de vorm van een administratieve lastenreductie.

¹⁹ Denk hierbij o.a. aan de drogisterijen, kantoorboekhandels, winkels voor huishoudelijke artikelen, tabaksdetailhandel, tankshops, slijterijen.

Een gebrek aan ICT-bewustzijn

Een misschien wel fundamentele hindernis voor verdere automatisering is het beperkte ICT-bewustzijn bij veel detaillisten. Veel ondernemers hebben onvoldoende kennis van de toepassingsmogelijkheden van beschikbare ICT en onvoldoende vertrouwen in het nut van ICT. Misschien nog wel vaker is sprake van een angst voor het onbekende. Uit onderzoek van EIM in opdracht van het HBD blijkt dat de ondernemers in de detailhandel die geen computer gebruiken, meestal als nadelen van computergebruik noemen dat computergebruik tijdrovend is, veel kost en ingewikkeld is.²⁰

Op zich is dit gebrekkige ICT-bewustzijn niet iets dat uitsluitend in de detailhandel te zien is. Ook in andere delen van de economie wordt om deze reden nog te weinig gebruik gemaakt van ICT. Maar...de cijfers spreken voor zich. Kijkend naar cijfers van computergebruik, lijkt het probleem in de detailhandel duidelijk groter te zijn dan elders.²¹ Het gebruik van ICT moet iets worden dat doodnormaal is, beginnend met hele basale toepassingen zoals internet, e-mail, Microsoft Office, laptops, draadloze verbindingen...

Wat hier aan te doen? Een mentaliteitsverandering bewerkstelligen kost tijd en kan niet van het ene op het andere moment worden gerealiseerd. De commissie ziet twee beleidslijnen waarlangs een mentaliteitsverandering in gang zou kunnen worden gezet. Een eerste beleidslijn die specifiek gericht is op de detailhandel en een tweede beleidslijn die meer aanhaakt op het ICT-bewustzijn van Nederland in het algemeen.

De eerste lijn is het ontsluiten van kennis voor MKB-ers in de detailhandel. Hier ligt vooral een rol voor brancheorganisaties. Het gaat dan om het ontsluiten van informatie over beschikbare technologie(toepassingen), maar het kan hierbij ook gaan om het via praktijkexperimenten leveren van bewijzen van het nut van het gebruik van

²⁰ EIM, *Computertechnologie in detailhandel en ambachten*, Zoetermeer, december 2003, blz. 57.

²¹ In 2003 gebruikte 77% van de ondernemers in de detailhandel een computer. Hiermee loopt de sector achter ten opzichte van de rest van het bedrijfsleven. Eind 2002 gebruikte 91% van het

computertechnologie en hierover communiceren.²² Het is ook denkbaar om brancheoverstijgend te werken. Successen die in de ene branche gehaald zijn kunnen gedeeld worden met ondernemers uit een andere branche.

Waar het gaat om het vergroten van het algemene ICT-bewustzijn in Nederland – de tweede beleidslijn – ligt er een rol voor de overheid. Er zijn meerdere mogelijkheden voor de overheid om dit op te pakken. In overleg met branches kan gekeken worden hoe dit concreet in te vullen.

Waarneming 2: Het behalen van efficiencywinsten bij prijsaanduiding heeft geen prioriteit voor de detailhandel

Een tweede waarneming is dat voor bedrijven die hun IT wèl op orde hebben investeringen die bedoeld zijn om het prijsaanduidingsproces efficiënter te maken, absoluut geen prioriteit hebben. De aandacht gaat momenteel veel meer uit naar nieuwe technologie waarmee (grote) efficiencywinsten in de logistieke keten kunnen worden gerealiseerd en waarmee commerciële voordelen te behalen zijn. Het efficiënter maken van het prijsaanduidingsproces is niet iets waar de detailhandel momenteel zijn visier op richt.

Een technologie die momenteel in het centrum van de belangstelling staat – juist vanwege dit soort logistieke en commerciële voordelen – is de techniek RFID. RFID staat voor *Radio Frequency Identification*. RFID-labels zijn minuscule microchips die in verbinding staan met draadloze antennes. Elk RFID-label bevat een unieke – door de fabrikant

Nederlandse bedrijfsleven een computer. Zie EIM, *Computertechnologie in detailhandel en ambachten*, Zoetermeer, december 2003.

²² Uit het al aangehaalde onderzoek van PricewaterhouseCoopers (2005) blijkt dat ondernemers hierin primair een verantwoordelijkheid zien voor brancheorganisaties. Een bijdrage van de overheid vindt men over het algemeen niet essentieel. Ook uit een rapport van het EIM uit 2003 blijkt dat ondernemingen hier met name een rol zien voor branches (zie EIM, *Computertechnologie in detailhandel en ambachten*, Zoetermeer, december 2003). Uit dit onderzoek blijkt dat 58% van de ondernemers die lid is van een brancheorganisatie op enige manier ICT-ondersteuning verwacht van de brancheorganisatie. Men verwacht dan met name ondersteuning in de vorm van goede voorlichting, op het bedrijf toegesneden advies, cursussen en informatie over fiscale voordelen en subsidies.

ingevoerde – identificatiecode alsmede extra beschikbaar geheugen. RFID-labels luisteren naar een radiosignaal en reageren hierop door hun unieke ID-code (en de eventueel daaraan gekoppelde informatie) te versturen naar de ontvanger. Op deze manier kunnen artikelen geïdentificeerd en gevolgd worden.²³

De potentiële voordelen van RFID voor de detailhandel zijn legio, maar liggen niet (primair) op het gebied van prijsaanduiding. Uit onderzoek blijkt dat de voordelen van RFID vooral liggen in kostenreducties en omzetstijgingen als gevolg van o.a. een verbetering van de communicatie in de distributieketen en een verbetering van het voorraadbeheer. Door toepassing van RFID kunnen de arbeidskosten in magazijnen met 20% verminderen, kunnen de voorraadkosten met 25% dalen en kan de omzet met 3 tot 4% vermeerderen (zie box). RFID maakt het ook mogelijk nog meer klantinformatie te genereren, zodat een beter inzicht ontstaat in het gedrag van de klant.

Box 1: Mogelijke kostenbesparingen door inzet van RFID

Uit onderzoek blijkt dat door toepassing van RFID de arbeidskosten in magazijnen met 20% kunnen verminderen, de voorraadkosten met 25% kunnen dalen en de omzet met 3 tot 4% kan vermeerderen. Zo kunnen RFID-lezers automatisch leveringen scannen, zodra ze een distributiecentrum of magazijn binnenkomen: het is dan meteen duidelijk om hoeveel producten het gaat en om welke producten. Handmatig controleren en tellen van binnengekomen ladingen is dan niet meer nodig. Detailhandelaren en ketenpartners krijgen snellere en betere voorraadinformatie, waardoor prognoses verbeteren en er beter gepland kan worden. Gevolg: minder overtollige voorraden, minder out-of-stocks en daardoor ook een hogere omzet.

Bron: www.optimaaldigitaal.nl.

Alleen langs indirecte weg kan RFID echter ook bijdragen aan het verlagen van de administratieve lasten van de Prijzenwet. De lastenreductie wordt dan echter gerealiseerd over de band van de elektronische schapetikettering. RFID-labels die zijn aangebracht op

²³ RFID is geen nieuwe technologie. De toepassing binnen de detailhandel is wel nieuw. RFID is ontwikkeld tijdens de Tweede Wereldoorlog voor het identificeren van vliegtuigen. Daarna heeft het tot het begin van de jaren 80 geduurd voordat er commercieel gebruik van RFID werd

producten op een schap kunnen een radiosignaal sturen naar (draadloze) elektronische schaplabeis.

Overigens is toepassing van RFID in de detailhandel nog niet van de grond gekomen. Vooralsnog zijn de kosten te hoog. Er wordt op dit moment op beperkte schaal met RFID geëxperimenteerd in een logistieke omgeving in magazijnen. De verwachting is dat RFID pas na 2010 op grote(re) schaal in de detailhandel zal worden toegepast.²⁴

Concluderend kunnen we stellen dat overwegingen over de efficiëntie van het proces van prijsaanduiding vaak een ondergeschikte rol spelen bij beslissingen om te investeren in of om te experimenteren met ICT. Eventuele effecten van investeringen in ICT op het proces van prijsaanduiding zijn dan ook eerder bijzaak dan hoofdzaak voor de onderneming. Dit betekent dat eventuele effecten van investeringen in ICT op het prijsaanduidingsproces eerder toeval zijn dan opzet en dat er geen garantie is dat bedrijven de mogelijkheden die ICT biedt om de kosten van prijsaanduiding te verlagen ook altijd meteen zullen benutten als zij de stap hebben gezet om in ICT te investeren. De verbetering van het proces van prijsaanduiding heeft momenteel geen prioriteit.

Waarneming 3: Kansrijke technologieën zijn nog te duur

Een derde waarneming is dat de technologieën die bij voldoende geautomatiseerde bedrijven ècht tot forse besparingen op de kosten van prijsaanduiding kunnen leiden, nog te duur zijn. Uit het onderzoek van PricewaterhouseCoopers blijkt dat met name door het gebruik van *digitale schapetikettering* in bepaalde detailhandelsbranches een enorme besparingswinst behaald zou kunnen worden (het gaat dan om een administratieve lasten reductie van 70-100% per bedrijf waar men overstapt op digitale schapetikettering). Toepassing zou in principe mogelijk kunnen zijn in de supermarktbranche, bij de

gemaakt. Het ging hier meestal om nichetoeepassingen, zoals het monitoren van kostbare eigendommen (containers e.d.) Zie www.optimaaldigitaal.nl.

²⁴ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

pompshops, bij winkels in persoonlijke verzorging, bij de consumentenelektronica en de doe-het-zelf zaken.²⁵

In de supermarktbranche wordt digitale schapetikettering gezien als een veelbelovende techniek, maar wordt tegelijkertijd opgemerkt dat deze alleen zal worden toegepast zodra de prijs (sterk) daalt. PricewaterhouseCoopers verwacht daarom dat de techniek pas na 2007 door een aantal grote spelers in de branche zal worden toegepast.²⁶

Wat betekent dit?

De kansen om de administratieve lasten van de Prijzenwet te verlagen liggen met name op twee terreinen: de toepassing van nieuwe technologie die *direct* aangrijpt bij de prijs-aanduiding van producten (namelijk digitale schapetikettering) en de verdere (algemene) automatisering van back office en verkooppunten (m.b.v. mainstream ICT). PricewaterhouseCoopers heeft de (totale) administratieve lastenreductie die behaald zou kunnen worden als deze ontwikkelingen *volledig zijn uitontwikkeld*, op 50 à 90 mln. geschat.

De eerdere raming van het reductiepotentieel (de raming van 60 mln door de Gemengde Commissie o.l.v. Hans Smits) valt binnen deze range. De Commissie REAL denkt daarom dat 60 mln een redelijke inschatting is van het potentieel aan administratieve lastenreductie dat op lange termijn *maximaal* in het vat zit (uitgaande van de huidige beschikbare technologie).

Het hangt van het bedrijfsleven zelf af wanneer dit potentieel gerealiseerd gaat worden en zo ja, op welke termijn. Er zijn geen wettelijke belemmeringen om de administratieve lasten van de Prijzenwet te verlagen. PricewaterhouseCoopers verwacht dat tot en met 2007 weinig tot niets van dit potentieel wordt verzilverd (PricewaterhouseCoopers denkt aan 0 tot 5 mln). De meest kansrijke technologie (digitale schapetikettering) wordt

²⁵ PricewaterhouseCoopers, *Administratieve lasten Prijzenwet. Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet*, juli 2005.

²⁶ Overigens wordt er binnen de branche al wel met digitale schapetikettering geëxperimenteerd (zoals bij de supermarkten Hoogvliet en Jumbo).

momenteel nog te duur gevonden. Verdere automatisering van back office en verkooppunten (aan de hand van reguliere ICT) hangt af van de voortgang met het opzetten van standaarden voor centraal artikelbeheer en de mate waarin een mentaliteitsverandering kan worden gerealiseerd. Het is hoogst onzeker of op beide punten tot en met 2007 dermate vooruitgang kan worden geboekt dat hierdoor een substantiële reductie van de kosten van prijsaanduiding zal worden gerealiseerd.

Is dit erg? De commissie REAL denkt van niet. Beslissingen over investeringen in ICT vergen een bedrijfseconomische afweging. Het is aan bedrijven zelf om de afweging te maken of zij de kosten van investeringen in ICT op vinden wegen tegen eventuele winst in de vorm van een reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet. Vanuit dit oogpunt ziet de commissie REAL de verwachte beperkte realisatie van het besparingspotentieel niet als een probleem, maar als een marktconforme ontwikkeling.

Als de overheid desondanks toch graag zou willen dat het aanwezige besparingspotentieel al in de periode tot en met 2007 gerealiseerd wordt, is dat alleen mogelijk als hier een forse subsidiegeldstroom tegenover staat.²⁷ Het is dan aan de overheid om de afweging te maken of men het de moeite waard vindt een dergelijke subsidie te verstrekken om de politieke doelstelling van een administratieve lastenreductie in de Prijzenwet te realiseren.

Wil dit zeggen dat de overheid verder geen nuttige rol kan vervullen? Nee. De commissie denkt dat de overheid met name een nuttige rol kan spelen bij het vergroten van het IT-bewustzijn in Nederland. Er is opgemerkt dat in de detailhandel sprake is van een te beperkt IT-bewustzijn. Hoewel het probleem misschien groter is in de detailhandel zie je dit ook terug in andere delen van de Nederlandse economie. Het gebrek aan kennis en toepassing van ICT zou dan een bottleneck kunnen worden – of is dat misschien al her en der – voor de doorbraak van belangrijke technologische innovaties. De overheid zou zich daarom juist ook kunnen richten op het ontsluiten van bestaande technologie naar grote sectoren zoals de detailhandel. Als de overheid hier een rol wil spelen zou zij de handen ineen kunnen slaan met brancheorganisaties.

4. Samenvatting van conclusies en aanbevelingen

Samenvattend trekt de commissie REAL de volgende conclusies:

De Prijzenwet: de verplichte aanduiding van de verkoopprijs

- De Prijzenwet is – waar het gaat om de verplichting om de verkoopprijs aan te duiden – geen issue voor de detailhandel. De kosten die hiermee samenhangen worden niet als een administratieve last ervaren. Ook zonder Prijzenwet zou men de verkoopprijzen aanduiden. En als je ondernemers hier expliciet naar vraagt, geven zij ook geen indicatie dat zij hun verkoopprijzen zonder Prijzenwet op een andere manier zouden aanduiden.
- Aanpassing van de Prijzenwet of het één op één overnemen van de formuleringen uit de Europese Richtlijn zal er dan ook niet toe leiden dat bedrijven de verkoopprijzen van hun producten op een andere manier zullen aanduiden. Een dergelijke aanpassing is in de ogen van de commissie dan ook niet nodig.

De Prijzenwet: de verplichte aanduiding van de prijs per meeteenheid

- De verplichting om de prijs per meeteenheid aan te duiden ziet een deel van de branche wèl als een probleem. Net als alle andere onderdelen van de Prijzenwet vloeit dit onderdeel echter rechtstreeks voort uit een Europese Richtlijn.
 - Wij bevelen aan dat Nederland zich inzet om de verplichte prijsaanduiding per meeteenheid uit de Richtlijn te schrappen.
 - De overheid moet de branche beter inlichten over wat wel en wat niet moet op dit vlak. Ondernemingen zijn vaak niet goed op de hoogte van de huidige uitzonderingsbepalingen in het Prijsbesluit.
 - De commissie doet enkele voorstellen om de bestaande vrijstellingen uit het Prijsbesluit iets te verruimen (zie bijlage 2.) Deze maatregelen zullen vooral ergernis wegnemen bij de detailhandel. Zij leveren (vrijwel) niets op in termen van administratieve lastenreductie.

²⁷ Voor een nadere kwantificering hiervan is nader onderzoek nodig.

Efficiencymaatregelen

- De administratieve lastenreductie moet dus uit efficiencymaatregelen komen. De kansen liggen hier op twee terreinen:
 - de toepassing van nieuwe technologie die *direct* aangrijpt bij de prijsaanduiding van producten (digitale schapetikettering);
 - de verdere (algemene) automatisering van back office en verkooppunten (m.b.v. mainstream ICT).
- Op grond van onderzoek van PricewaterhouseCoopers en de eerdere raming van het reductiepotentieel door de Gemengde Commissie o.l.v. Hans Smits denkt de commissie REAL dat 60 mln een redelijke inschatting is van de *maximale* administratieve lastenreductie die op *lange termijn* in het vat zit (uitgaande van de huidige beschikbare technologie).²⁸ Dit potentieel kan echter pas worden gerealiseerd als de toepassing en verspreiding van bovengenoemde technologie haar maximale omvang heeft bereikt.
- De commissie verwacht dat tot en met 2007 maar een beperkt deel van dit potentieel zal worden verzilverd (in de orde grootte van 0 tot 5 miljoen.). Oorzaken:
 - De technologie die potentieel de grootste kostenreductie kan opleveren, digitale schapetikettering, wordt momenteel nog te duur gevonden.
 - Verdere (algemene) automatisering van de detailhandel hangt o.a. af van de voortgang met het opzetten van standaarden voor centraal artikelbeheer en de mate waarin een mentaliteitsverandering kan worden gerealiseerd.
 - Het is onzeker of op deze punten tot en met 2007 dermate vooruitgang wordt geboekt dat hierdoor een substantiële administratieve lastenreductie zal worden gerealiseerd.

Verantwoordelijkheden voor bedrijven, branches en overheid

- De commissie ziet de verwachte beperkte realisatie van het besparingspotentieel niet als een probleem, maar als een marktconforme ontwikkeling.

²⁸ Gegeven de huidige stand van de techniek.

- Het is aan bedrijven zelf om de afweging te maken of zij de investeringskosten van ICT op vinden wegen tegen eventuele winst in de vorm van een administratieve lastenreductie.
- Als de overheid desondanks toch graag wil dat het aanwezige besparingspotentieel al in de periode tot en met 2007 gerealiseerd wordt, is dat alleen mogelijk als hier een forse subsidiegeldstroom tegenover staat.²⁹ De besparing zou dan gehaald moeten worden via forse subsidiëring van digitale schapetikettering. Het is dan aan de overheid om de afweging te maken of men dit de moeite waard vindt.
- Acties die nodig zijn om de algemene automatisering van de detailhandel te bevorderen zijn de verantwoordelijkheid van brancheorganisaties en het bedrijfsleven zelf.
 - Het is de verantwoordelijkheid van branches en bedrijfsleven om stappen te zetten die nodig zijn om centraal artikelbeheer op meer plekken mogelijk te maken.
 - Ook het realiseren van een mentaliteitsverandering is primair een verantwoordelijkheid voor brancheorganisaties.
- De overheid zou eventueel wel een ondersteunende rol kunnen spelen door beleid te voeren om het ICT-bewustzijn in Nederland in het algemeen en in de detailhandel in het bijzonder te vergroten. In overleg met branches kan gekeken worden hoe dit beleid concreet kan worden ingevuld. Of dit beleid in de periode tot en met 2007 al een effect heeft op de administratieve lasten van de Prijzenwet, is volgens de commissie echter erg onzeker, vanwege het indirecte karakter ervan.

Overige punten

- Tenslotte wil de commissie nog één ander punt onder de aandacht brengen, dat op zich geen relatie heeft met de administratieve lasten van de Prijzenwet. Uit onderzoek van PricewaterhouseCoopers blijkt dat ondernemers die actief zijn op markten buiten Nederland (in het bijzonder in België en Duitsland) hinder ondervinden van de verschillen tussen Europese landen wat betreft regelgeving rond kortingen en acties. De commissie pleit voor harmonisatie van wetgeving binnen Europa op dit punt.

²⁹ Voor een nadere kwantificering hiervan is nader onderzoek nodig.

Bijlage 1

Samenstelling commissie Reductie Administratieve Lasten Prijzenwet (REAL)

Voorzitter

Marcel Smits

CFO, lid Raad van Bestuur KPN

Leden

Hans van den Berg

algemeen directeur Olijslager Verf B.V.

Jos Jongstra

bestuurslid Centraal Bureau Drogisterijbedrijven

Jan Meerman

voorzitter Mitex,

lid Dagelijks Bestuur Hoofdbedrijfschap Detailhandel,

vice-voorzitter Koninklijke Vereniging MKB Nederland

René Roorda

adjunct-directeur Centraal Bureau Levensmiddelenhandel

Secretaris

Frank Hoogendijk

Ministerie van Economische Zaken

Bijlage 2

Voorstel voor toevoegingen van productgroepen aan Bijlage II van het Prijsbesluit

De commissie REAL doet het volgende voorstel om productgroepen toe te voegen aan Bijlage II van het Prijsbesluit, waarin productgroepen staan waarvoor de prijs per meeteenheid niet hoeft te worden aangeduid.

- Huishoudproducten (in het bijzonder wasmiddel, afwasmiddel, schoonmaakproducten);
- Verfproducten;
- Cosmetische producten voor lichaamsverzorging;

De commissie is van mening dat bij deze producten het aanduiden van de prijs per meeteenheid verwarrend werkt, omdat de hoeveelheid die van deze producten gebruikt moet worden om het gewenste resultaat te bereiken sterk tussen merken kan verschillen.