

Administratieve lasten Prijzenwet

**Onderzoek naar de mogelijkheden voor reductie van de
administratieve lasten van de Prijzenwet**

Eindrapport

Juli 2005

Inhoud

- Samenvatting van bevindingen
- 1 Inleiding
- 2 Reductiepotentieel in theorie
- 3 Reductiepotentieel in de praktijk

Samenvatting van bevindingen

Probleemstelling en belangrijkste conclusies

De totale administratieve lasten van wet- en regelgeving op het terrein van Economische Zaken bedragen €672 miljoen, waarvan 71 procent voor rekening komt van de Prijzenwet (€475 miljoen).

PricewaterhouseCoopers heeft in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken onderzocht in hoeverre en op welke wijze de administratieve lasten die binnen de detailhandel veroorzaakt worden door de Prijzenwet kunnen worden gereduceerd. Hiertoe zijn zes diepte interviews gehouden en zijn enquêtes verstuurd aan 20 detaillisten en brancheorganisaties van verschillende omvang en verspreid over verschillende sectoren. De vragenlijsten zijn tijdens een telefonisch interview met de respondenten door genomen. De resultaten van dit onderzoek zijn voornamelijk hierop gebaseerd.

Belangrijkste conclusies

1. Het besparingspotentieel op de totale kosten van het duiden van prijzen in de detailhandel in Nederland wordt geschat op 10%-20% ten opzichte van de huidige kosten van het duiden van prijzen. Uitgaande van de eerder berekende administratieve lasten van de Prijzenwet van €475 miljoen (volgens studie van het EIM) is een besparing van tussen de €50 - €90 miljoen mogelijk. Het betreft hier een *bruto* besparing, waarbij geen rekening is gehouden met investering- en afschrijvingskosten die gepaard gaan met deze besparing;
2. De realisatie van deze besparingen tot 2007 is beperkt (nihil tot maximaal 5% van het besparingspotentieel) en wordt pas op middellange en lange termijn verwacht: 25-30% van het besparingspotentieel wordt tussen 2007-2010 en daarbovenop wordt 50-60% na 2010 gerealiseerd;
3. Het bedrijfsleven ervaart geen belemmeringen vanuit de Prijzenwet. Dit impliceert dat de *incrementele* administratieve lasten nihil zijn. De eerder berekende administratieve lasten van €475 zijn – conform de eerder gehanteerde rekenmethodiek – dan ook geen incrementele administratieve lasten, maar geven het totaalniveau weer van de kosten van het duiden van prijzen: ook zonder de Prijzenwet zouden bedrijven de ze kosten maken. Bovengenoemde besparing betreft dus geen verlaging van de incrementele administratieve lasten van de Prijzenwet, maar een besparing op de kosten die gemoeid zijn met het duiden van prijzen;
4. Technologische ontwikkelingen leiden tot besparingsmogelijkheden op de kosten van het duiden van prijzen. Hierbij worden vooral digitale schapetiketten en het meer toepassen van bestaande IT binnen het MKB onderkend.
5. RFID wordt als één van de meest belangrijke technologische innovaties voor de detailhandel gezien. De besparingsmogelijkheden van RFID voor de kosten van het duiden van prijzen zijn op korte termijn echter beperkt. Op de lange termijn kan RFID – met name in combinatie met digitale schapetikettering – wel leiden tot significante besparingen;
6. De verplichting tot een Prijs Per Meeteenheid (“PPM”) wordt vaak gezien als belemmerend en overbodig. Uit het onderzoek blijkt tevens dat de detaillisten slecht op de hoogte zijn van de geboden vrijstellingen;
7. Verdere toepassing van bestaande en nieuwe technologieën, waarmee besparingen kunnen worden gerealiseerd, wordt vooral gezien als een rol voor het bedrijfsleven en branche-organisaties zelf en niet of nauwelijks voor het Ministerie van Economische Zaken. Een rol voor de overheid en het Ministerie van Economische Zaken kan mogelijk worden ingevuld via het innovatieplatform. Vooral bij het stimuleren van innovaties wordt een rol gezien voor de overheid (bijvoorbeeld door het initiëren van pilots of het stimuleren van innoverende ondernemingen).

Kanttekeningen bij rekenmethodiek Administratieve Lasten

In de interpretatie van de onderzoekers betreffen de administratieve lasten volgens de *definitie* zoals deze is omschreven in het rapport 'Meten is Weten' van de Projectdirectie Administratieve Lasten (IPAL), de *incrementele* kosten (meerkosten als gevolg van het bestaan van de Prijzenwet) en niet de integrale kosten (alle kosten van het duiden van prijzen, ongeacht het bestaan van de Prijzenwet).

Deze interpretatie wijkt af van de interpretatie die ten grondslag ligt aan de *rekenmethode* voor de kwantificering van administratieve lasten zoals gehanteerd door IPAL. In deze rekenmethodiek wordt uitgegaan van de integrale kosten *waarbij het niet uitmaakt of de ondernemer de betreffende handelingen ook zou verrichten indien geen sprake was van een wettelijke verplichting*. In deze interpretatie maakt de ondernemer kosten voor het duiden van prijzen conform de Prijzenwet, voldoet hiermee aan de verplichtingen die de Prijzenwet oplegt, waarbij het niet uitmaakt of de kosten vrijwillig worden gemaakt of veroorzaakt worden door de Prijzenwet.

Per definitie zijn de incrementele kosten lager dan – of op z'n hoogst gelijk aan – de integrale kosten, waarbij de volgende uitersten gelden:

- (i) als alle inspanningen voor het duiden van prijzen als verplichting vanuit de Prijzenwet worden ervaren die niet zouden worden verricht als er geen Prijzenwet zou bestaan, dan zijn de incrementele kosten gelijk aan de integrale kosten, en
- (ii) als er vanuit de Prijzenwet geen enkele verplichting wordt ervaren en alle huidige inspanningen voor het duiden van prijzen ook zouden worden verricht zonder de Prijzenwet, dan zijn de incrementele kosten nul en is het verschil tussen incrementele kosten en integrale kosten maximaal.

Aangezien bij de kwantificering van de administratieve lasten van de Prijzenwet door EIM in 2002 uitgegaan is van deze integrale kosten – en niet slechts van de meerkosten of incrementele kosten die het bedrijfsleven ervaart vanwege het bestaan van de Prijzenwet – geeft deze berekening in onze zienswijze een overschatting ten opzichte van de *incrementele* administratieve lasten. De omvang van deze overschatting hangt af van de mate waarin de Prijzenwet verplichtingen oplegt die ondernemers niet vrijwillig zouden uitvoeren als de Prijzenwet niet zou bestaan. Het EIM heeft op basis van de integrale kosten de administratieve lasten van de Prijzenwet geschat op € 475 miljoen.

Het van belang deze kanttekeningen bij het reductiepotentieel in ogenschouw te nemen en de berekende bedragen in deze context te interpreteren.

Innovatie en technologische ontwikkeling

Over het algemeen kennen de grotere detailhandelketens een hogere en het MKB en franchisers (aangesloten bij grotere detailhandelketens) een lagere automatiseringsgraad.

De belangrijkste innovaties en technologische ontwikkelingen op het gebied van IT die tot efficiencyvoordeel kunnen leiden binnen de detailhandel betreffen de volgende toepassingen:

- **Algemene bestaande IT in het MKB.**
- **Algemene IT bij de grote ondernemingen.**
- **Digitale schapetikettering**, vooral interessant voor een aantal subbranches (zoals

supermarkten, benzinestations, drogisterijen, electronicawinkels, warenhuizen en DHZ-zaken).

- o **Voorprijzen** door leveranciers, met name in de textielbranche, waar veel wordt geïmporteerd vanuit het Verre Oosten of andere lage lonen landen.
- o **RFID**, dit is vooral gericht op het realiseren van logistieke efficiency en het vergroten van de commerciële mogelijkheden. Besparingen ten aanzien van de prijsaanduiding zijn een bijkomend voordeel dat zich op langere termijn kan voordoen.

RFID wordt binnen de detailhandel als één van de belangrijkste technologische innovaties voor de komende jaren beschouwd en kan wellicht ook een algemene stimulans vormen om het gebruik van IT binnen de detailhandel nog verder te optimaliseren.

Besparingsmogelijkheden vanuit innovatie en technologische ontwikkeling

In het in 2002 gehouden onderzoek van EIM, zijn de administratieve lasten van de Prijzenwet berekend op circa €475 miljoen. Dit bedrag is gebaseerd op de tijdsbesteding in de winkels aan het duiden van prijzen. Uitgaande van deze berekening is destijds geschat dat de administratieve lasten voor 2006 met circa €60 miljoen konden worden teruggebracht.

Op basis van interviews die in het kader van dit onderzoek zijn gehouden, worden de mogelijkheden voor besparingen op de kosten van het duiden van prijzen geschat op:

Technologie	Schatting van procentuele besparing t.o.v. huidige kosten	Eenmalige investeringskosten in relatie tot het duiden van prijzen	Schatting van absolute besparingen uitgaande van de administratieve lasten volgens de EIM studie uit 2002
Toepassing algemene bestaande IT in het MKB (relevant voor alle branches)	2,5-7,5%	Buiten beschouwing gelaten	€ 6 - € 18 miljoen
Toepassing van algemene bestaande en nieuwe IT bij de grote ondernemingen (relevant voor alle branches)	0-2,5%	Buiten beschouwing gelaten	€ 0 - € 6 miljoen
Digitale schapetikettering (relevant voor aantal branches)	35-50% (uitgaande van maximale branchepenetratie van 50%)	Buiten beschouwing gelaten	€ 44 - € 62 miljoen
Verder toepassen van voorprijzen door leveranciers in de textielbranche	Beperkt	Géén / beperkt	Nihil
Voordelen vanuit RFID voor het aanduiden van prijzen (relevant voor aantal branches)	0-2,5%	Buiten beschouwing gelaten	€ 0 - € 6 miljoen
Totaal afgerond	10%-20%		€ 50 - € 90 miljoen (afgerond)

Het betreft hier *bruto* besparingen, waarbij geen rekening is gehouden met investering- en afschrijvingskosten die gepaard gaan met de realisatie van deze besparingen. Gelet op het feit dat de betreffende investeringen – met uitzondering van digitale schapetikettering - primair zijn gericht op andere doelstellingen en alleen afgeleide efficiencyvoordelen kennen voor het duiden van prijzen, is het toe te rekenen deel van investering- en afschrijvingskosten vanuit deze technologieën aan het besparingspotentieel van het duiden van prijzen, beperkt.

De besparingsmogelijkheden ten aanzien van het voorprijzen door leveranciers in de textielbranche zijn beperkt gezien het feit dat dit thans al veel wordt toegepast en in deze branche en veel kosten worden gemaakt voor het aanduiden van prijzen tijdens korting- en actieperioden.

Vanwege de relatief hoge investeringskosten en de traditioneel relatief lage automatiseringsgraad in de detailhandel is de verwachting dat de technologische mogelijkheden in de komende jaren beperkt zullen worden toegepast. Alleen op de middellange termijn (3-6 jaar; na 2007 - 2010) maar vooral op de langere termijn (> 6 jaar; na 2010) bestaat een reële kans op het realiseren van significante besparingen op de kosten van het duiden van prijzen.

Op basis van de gesprekken met detaillisten kan ten aanzien van de toepassing van bestaande en nieuwe IT technologieën en de hiermee samenhangende realisatie van besparing in de tijd geconcludeerd worden dat:

- Op korte termijn worden geen belangrijke investeringen verwacht ten aanzien van bestaande en nieuwe IT technologieën en de realisatie van besparingen voor 2007 zal dan ook beperkt zijn.
- Realisatie van de toepassing van bestaande en nieuwe IT technologieën binnen 3-6 jaar is mogelijk en reëel. De verwachting is dat een aantal grote(re) spelers voorop zullen lopen bij de toepassing van bestaande en nieuwe IT technologieën (bijvoorbeeld digitale schapetikettering). Het volgen door middelgrote en MKB ondernemingen zal dan nog beperkt zijn. Op basis hiervan en de marktaandeelen van grote spelers zullen de besparingen binnen in de periode na 3 tot 6 jaar naar verwachting 25-30% (cumulatief 25-35%) bedragen.
- De middelgrote en MKB ondernemingen zullen betreffende technologieën in de periode na 6 jaar en verder meer gaan toepassen. De verwachting is dat de besparingen na 2010 50-60% (cumulatief 75-95%) van het gehele besparingspotentieel bedragen.
- De verwachting is dat een deel van de detailhandel – dit betreft vooral MKB ondernemingen - geen of slechts zeer beperkt bestaande en nieuwe IT technologieën zal toepassen en als gevolg hiervan de besparing ook niet zal realiseren. Hierdoor zal 5-25% van het besparingspotentieel ook op langere termijn niet worden gerealiseerd.

Op grond van deze uitgangspunten is de verwachting dat de besparing in de tijd als volgt zal zijn opgebouwd:

Besparing in de tijd	< 2007 (< 3 jaar)	2007-2010 (3-6 jaar)	> 2010 (> 6 jaar)	Nooit of beperkt haalbaar	Totaal
Schatting van procentuele besparing t.o.v. huidige kosten	0-5%	25-30% van totale besparings-potentieel)	50-60% van totale besparings-potentieel)	5-25% van totale besparings-potentieel)	100% van het totale besparings-potentieel
Schatting van absolute besparingen uitgaande van de administratieve lasten volgens de EIM studie uit 2002	€ 0 - €5 miljoen	€ 12.5 – €27 miljoen	€ 25 – €54 miljoen	€ 12,5 bij minimaal besparings-potentieel, €4 bij maximaal besparingspotentieel	€ 50 – €90 miljoen

Een beperkte groep binnen de detailhandel loopt voorop met het toepassen van innovaties en nieuwe IT ontwikkelingen.

Een belemmering – aangegeven vanuit de kledingbranche – voor het verder toepassen van bestaande technologieën, is het coördinatieprobleem. Het voordeel van een technologie wordt vaak pas in volle potentie benut als andere partijen in de bedrijfskolom (toeleveranciers, producenten) deze technologie ook toepassen. Hier lijkt sprake van een soort ‘hold-up’-probleem waarbij partijen op elkaar wachten met het doen van de investering.

Belemmeringen vanuit de Prijzenwet

Vanuit de detailhandel worden geen belangrijke belemmeringen ervaren vanuit de . Over het algemeen geven ondernemers aan dat men - voor wat regulier prijzen betreft - niet op een andere wijze de prijzen zou willen aanduiden als de Prijzenwet niet zou bestaan. Het aanpassen van de Prijzenwet aan de EU-richtlijn zou in die zin dan ook geen effect sorteren en derhalve geen besparing realiseren. Dit impliceert dat er feitelijk geen incrementele administratieve lasten van de Prijzenwet zijn.

Een deel van de respondenten vindt dat de verplichting tot PPM belemmerend werkt en een aantal respondenten vindt dan ook dat het tonen van PPM extra kosten met zich mee brengt. Zij benadrukken dat PPM vaak overbodige informatie is die soms meer verwarring schept dan duidelijkheid. Zij zouden PPM graag schrappen of vervangen door een flexibeler aanduiding waarbij kan worden aangesloten bij de functionaliteit van het product. Het betreft hier vooral de detaillisten die meer luxe en onderscheidende artikelen verkopen, zoals drogisterijen en supermarkten ten aanzien van bepaalde assortimenten.

Een ander deel van respondenten die PPM tonen, geeft aan PPM als een extra service aan de klant te zien waarop de klant zijn afweging tot aankoop kan baseren. Deze categorie heeft dus ook niet de wens om de verplichte PPM te schrappen. Vooral supermarkten zien toegevoegde waarde in PPM ten aanzien van bepaalde productgroepen (zoals verswaren). Ondernemers zijn slecht op de hoogte van de vrijstellingen die de wet biedt.

Rol van EZ en brancheverenigingen

Het verder toepassen van innovaties en technologische mogelijkheden wordt vooral gezien als een rol van het bedrijfsleven zelf en van de brancheverenigingen. De rol van de overheid en het Ministerie van Economische Zaken wordt als minder belangrijk ervaren.

Een rol voor de overheid en het Ministerie van Economische Zaken kan mogelijk worden ingevuld via het innovatieplatform. Vooral bij het stimuleren van innovaties wordt een rol gezien voor de overheid (bijvoorbeeld door het initiëren van pilots of het stimuleren van innoverende ondernemingen).

1 Inleiding

De omvang van de administratieve lasten voor het bedrijfsleven zijn in 2002 geraamd op ongeveer € 17 miljard per jaar. Het huidige kabinet heeft zich ten doel gesteld om deze lasten met 25 procent te verminderen en deze vermindering moet zijn beslag krijgen over de periode 2002-2007.

Het Ministerie van Economische Zaken moet hier ook aan bijdragen. De totale administratieve lasten van wet- en regelgeving op het terrein van EZ bedragen volgens dezelfde raming € 672 miljoen. Ongeveer 71 procent van dit bedrag vloeit voort uit maar één wet, de Prijzenwet (€ 474 miljoen). Halverwege de kabinetsperiode is het onzeker of deze reductiedoelstelling wordt gehaald. Het is nog niet duidelijk wat er moet gebeuren om in elk geval een deel van de doelstelling alsnog binnen bereik te brengen.

PricewaterhouseCoopers (hierna PwC) heeft in opdracht van het Ministerie van Economische Zaken (hierna Ministerie van EZ) onderzocht in hoeverre en op welke wijze de administratieve lasten die binnen de detailhandel veroorzaakt worden door de Prijzenwet kunnen worden gereduceerd.

Het onderhavige rapport doet verslag van dit onderzoek. Het onderzoek – in opdracht van het Ministerie van EZ – is mede ter ondersteuning van de Commissie Reductie Administratieve Lasten Prijzenwet (REAL). Gedurende het onderzoek heeft er steeds een vruchtbare wisselwerking plaatsgevonden tussen de onderzoekers, de Commissie REAL en het Ministerie van EZ. Deze wisselwerking heeft er onder andere toe geleid dat de onderzoeksaanpak enigszins is bijgestuurd ten opzichte van het initiële onderzoeksvoorstel. Zo is er voor gekozen om – voorafgaand aan de geplande enquête – een zestal interviews te houden met detaillisten om meer duidelijkheid te krijgen over hetgeen in de enquêtes gevraagd kan worden. Vervolgens is een enquête/vragenlijst verstuurd aan een 20-tal detaillisten en brancheorganisaties van verschillende omvang en verspreid over verschillende sectoren. De vragenlijsten zijn tijdens een telefonisch interview met de respondenten door genomen.

De reikwijdte van het onderzoek maakte het interviewen van een beperkt aantal ondernemers mogelijk. De selectie van ondernemers is daarom statistisch gezien geen representatieve afspiegeling van de Nederlandse detailhandel. Wel is gekozen voor een zo breed mogelijke spreiding over sectoren en een mix van grote en kleine detailhandelaren, evenals brancheorganisaties, waarmee naar onze mening een betrouwbaar beeld kan worden gekregen.

In hoofdstuk twee wordt het besparingspotentieel ten opzichte van de huidige administratieve lasten van de Prijzenwet in theorie beschreven en worden enkele opmerkingen gemaakt bij de administratieve lasten zoals deze eerder berekend zijn. In dit hoofdstuk wordt het theoretische besparingspotentieel ontrafeld en wordt beschreven op welke aspecten – voorafgaand aan het veldwerk - mogelijke besparingen gerealiseerd zouden kunnen worden en hoe deze aspecten zich ten opzichte van elkaar verhouden. Deze aspecten hebben de basis gevormd voor de vragenlijst ten behoeve van het veldwerk. In hoofdstuk drie worden de uitkomsten van het veldwerk - de enquêtes en interviews - beschreven en geanalyseerd alsmede een inschatting van hoe de besparing er in de praktijk uit zou kunnen zien.

2 Reductiepotentieel in theorie

2.1 Kanttekeningen bij de definitie en rekenmethodiek van Administratieve Lasten

Het uitgangspunt voor het onderzoeken van besparingsmogelijkheden bij administratieve lasten is het rapport 'Meten is Weten'¹. Dit rapport bevat (i) een definitie en nadere uitleg van het begrip administratieve lasten en (ii) een beschrijving van een rekenmethodiek om de administratieve lasten te kwantificeren. Hieronder volgt een korte beschrijving van de definitie van administratieve lasten en enkele cruciale componenten uit de rekenmethodiek. Wij plaatsen hierbij vervolgens een aantal kanttekeningen die van belang zijn bij de interpretatie van de uitkomsten van het onderhavige onderzoek.

Definitie

Om haar publieke belangen te kunnen waarborgen legt de overheid aan bedrijfsleven en burgers verplichtingen op tot het doen of het nalaten van handelingen of gedragingen (*inhoudelijke verplichtingen*), en daarnaast verplichtingen tot het verschaffen van informatie over die handelingen en gedragingen (*informatieverplichtingen*).²

Aan deze verplichtingen kunnen kosten verbonden zijn en deze kosten die voortvloeien uit de informatieverplichtingen, leiden tot administratieve lasten. De definitie van administratieve lasten volgens het rapport 'Meten is Weten' luidt dan ook:

Administratieve lasten zijn de kosten voor het bedrijfsleven om te voldoen aan informatieverplichtingen voortvloeiend uit wet- en regelgeving van de overheid.

Deze definitie sluit goed aan bij hoe bedrijven de administratieve lasten feitelijk ervaren en waar men intuïtief bij het begrip administratieve lasten aan denkt. Het gaat immers om die kosten die *voortvloeien* uit en veroorzaakt worden door het bestaan van de desbetreffende wet of regelgeving.

Rekenmethodiek

Een belangrijke component in de rekenmethodiek van administratieve lasten is dat men bij het meten uitgaat van – wat men in het rapport 'Meten is Weten' noemt – de *integrale kosten* van de informatieverplichtingen en niet alleen de *meerkosten* of *incrementele kosten*. Het rapport vermeldt dat dit derhalve impliceert dat het voor de berekening van de administratieve lasten niet uitmaakt of de ondernemer de betreffende handelingen, of onderdelen daarvan, ook zou verrichten indien geen sprake was van een wettelijke informatieverplichting.

Voorts worden in de rekenmethodiek alleen de lasten meegenomen en worden de baten die bedrijven kunnen ondervinden van een informatieverplichting buiten beschouwing gelaten.

¹ 'Meten is Weten. Handleiding voor het definiëren en meten van administratieve lasten voor het bedrijfsleven', *Interdepartementale Projectdirectie Administratieve Lasten*, Den Haag, december 2003.

² 'Meten is Weten. Handleiding voor het definiëren en meten van administratieve lasten voor het bedrijfsleven', *Interdepartementale Projectdirectie Administratieve Lasten*, Den Haag, december 2003.

Kanttekeningen

In de interpretatie van de onderzoekers betreffen de administratieve lasten volgens de *definitie* zoals deze is omschreven in het rapport 'Meten is Weten' van de Projectdirectie Administratieve Lasten (IPAL), de *incrementele* kosten (meerkosten als gevolg van het bestaan van de Prijzenwet) en niet de integrale kosten (alle kosten van het duiden van prijzen, ongeacht het bestaan van de Prijzenwet).

Deze interpretatie wijkt af van de interpretatie die ten grondslag ligt aan de *rekenmethode* voor de kwantificering van administratieve lasten zoals gehanteerd door IPAL. In deze rekenmethodiek wordt uitgegaan van de integrale kosten *waarbij het niet uitmaakt of de ondernemer de betreffende handelingen ook zou verrichten indien geen sprake was van een wettelijke verplichting*. In deze interpretatie maakt de ondernemer kosten voor het duiden van prijzen conform de Prijzenwet, voldoet hiermee aan de verplichtingen die de Prijzenwet oplegt, waarbij het niet uitmaakt of de kosten vrijwillig worden gemaakt of veroorzaakt worden door de Prijzenwet.

Per definitie zijn de incrementele kosten lager dan – of op z'n hoogst gelijk aan – de integrale kosten, waarbij de volgende uitersten gelden:

- (i) als alle inspanningen voor het duiden van prijzen als verplichting vanuit de Prijzenwet worden ervaren die niet zouden worden verricht als er geen Prijzenwet zou bestaan, dan zijn de incrementele kosten gelijk aan de integrale kosten, en
- (ii) als er vanuit de Prijzenwet geen enkele verplichting wordt ervaren en alle huidige inspanningen voor het duiden van prijzen ook zouden worden verricht zonder de Prijzenwet, dan zijn de incrementele kosten nul en is het verschil tussen incrementele kosten en integrale kosten maximaal.

Uitgaande van de rekenmethodiek (integrale kosten) zoals gehanteerd door IPAL zijn de administratieve lasten van de Prijzenwet vastgesteld op €475 miljoen. Aangezien bij de eerdere vaststelling van dit bedrag is uitgegaan van de integrale kosten, bevat deze €475 miljoen alle kosten die gemoeid zijn met het duiden van prijzen in winkels in Nederland en niet slechts die meerkosten of incrementele kosten die het bedrijfsleven ervaart vanwege het bestaan van de Prijzenwet. Dat wil zeggen, de *counterfactual* bij deze methode is een situatie waarin detailhandelaren in z'n geheel geen prijzen zouden aanduiden, terwijl de *counterfactual* - in de zienswijze en de interpretatie van de onderzoekers - zou moeten zijn een situatie waarin detailhandelaren vrijwillig hun beleid ten aanzien van het duiden van prijzen kunnen invullen, zonder dat hiervoor wetgeving bestaat.

De gekozen *counterfactual* bij de berekening van de administratieve lasten kan een overschatting van de *incrementele* lasten van de Prijzenwet geven. Deze overschatting kan aanzienlijk zijn, want:

- Als informatie niet via gedetailleerd systeem van prijsaanduiding verloopt, loopt het via een ander kanaal (rechtstreeks contact met de klant) en dit brengt ook kosten met zich mee (wellicht zelfs meer dan de huidige kosten van prijsaanduiding);
- Afwezigheid van gedetailleerd prijzensysteem nodigt uit tot onderhandelen, prijzen lijken niet vast te liggen;
- De prijs is een van de onderscheidende factoren waarop marketing plaatsvindt (5 P's);

Bij de vaststelling van de incrementele administratieve lasten zou voor deze kosten moeten worden

gecorrigeerd, *of* zou de counterfactual anders moeten worden gekozen. Dit laatste kan door inzicht in wijze van duiden van prijzen bij afwezigheid van Prijzenwet.

Het corrigeren voor deze kosten, of het hanteren van de (voor de bepaling van de incrementele administratieve lasten) juiste counterfactual, zou wel eens kunnen leiden tot aanzienlijk lagere *incrementele* administratieve lasten van de Prijzenwet dan de eerder geschatte € 475 miljoen. De mate waarin deze lager zijn hangt af van de mate waarin de Prijzenwet verplichtingen oplegt die detailhandelaren niet vrijwillig zouden kiezen als er geen Prijzenwet zou bestaan. In het extreme geval dat de wijze waarop detailhandelaren de huidige wijze van prijsaanduiding vrijwillig kiezen (en de hiermee gemoeide kosten) en hierin derhalve geen verplichting vanuit de Prijzenwet ervaren wordt, zijn de incrementele administratieve lasten nul.

Deze kanttekeningen dienen voor de juiste interpretatie van de resultaten van het onderhavige onderzoek. Aangezien de administratieve lasten van de Prijzenwet zoals berekend door EIM op basis van deze rekenmethodiek als basis dient voor het in het volgende hoofdstuk berekende reductiepotentieel, is het van belang deze kanttekeningen bij dit reductiepotentieel in ogenschouw te nemen en de berekende bedragen in de context van deze kanttekeningen te interpreteren.

2.2 Besparingspotentieel ontrafeld

Ten behoeve van een goed begrip van de mogelijkheden tot reductie van de administratieve lasten van de Prijzenwet – en met name de wijze waarop deze gerealiseerd kunnen worden – is het nuttig het besparingspotentieel theoretisch te bezien vanuit een aantal verschillende aspecten. Deze aspecten zijn geen *onderdelen* van het besparingspotentieel die opgeteld het totale besparingspotentieel vormen, maar zijn *determinanten* die in onderlinge samenhang het besparingspotentieel bepalen.

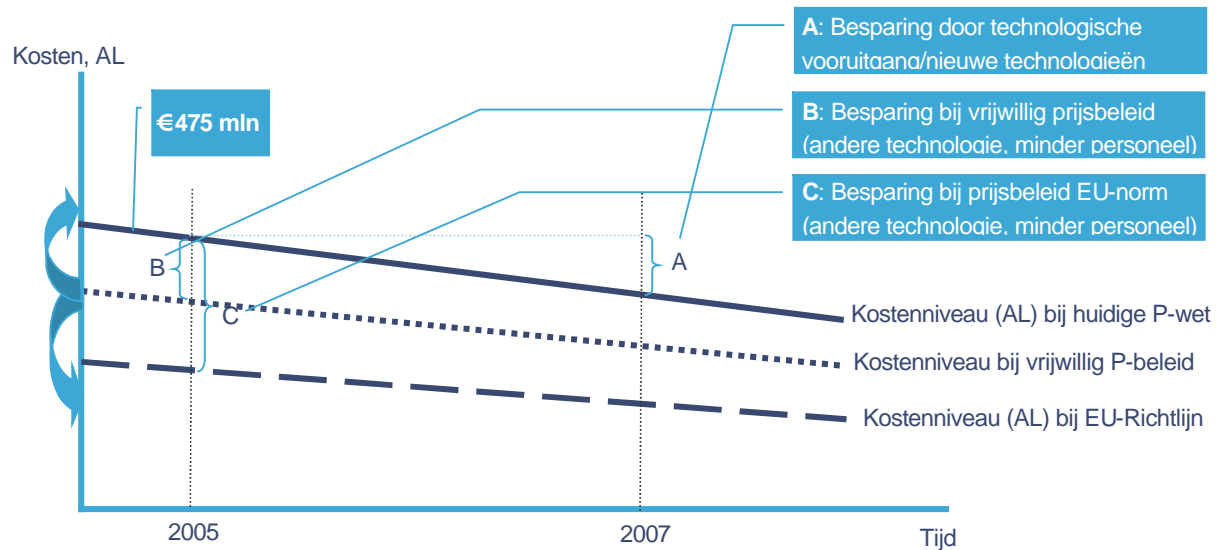
Deze determinanten zijn:

- A) Nieuwe kostenbesparende technologieën die op korte termijn beschikbaar komen en geïmplementeerd (kunnen) worden en ‘voldoen’ aan huidige Prijzenwet;
- B) Het hypothetische kostenniveau bij eigen, vrijwillige prijsaanduiding zonder Prijzenwet. Indien de Prijzenwet restrictief is, dan is een besparing mogelijk, indien deze niet-restrictief is, is geen besparing mogelijk);
- C) Het hypothetische kostenniveau bij het letterlijk overnemen van de EU-richtlijn in de nationale wetgeving. Indien dit ertoe zou leiden dat de Prijzenwet minder verplichtingen zou opleggen, dan kunnen hierdoor wellicht meer voordelige en beschikbare technologieën worden toegepast en minder personeels- en materiaalkosten worden gemaakt;
- D) Hypothetische besparingsmogelijkheden a.g.v. andere oorzaken (bv. inefficiëncies, onbekendheid, coördinatieproblemen). Het kan hierbij bijvoorbeeld gaan om bestaande, beschikbare technologieën die beperkt worden toegepast maar waarmee wel een besparing kan worden gerealiseerd (omwille van overzichtelijkheid is deze besparingsmogelijkheid in onderstaande figuur achterwege gelaten).

Aan de hand van deze determinanten van het besparingspotentieel is een vragenlijst opgezet ten behoeve van het houden van interviews met detailhandelaren. De resultaten van deze interviews

worden in hoofdstuk drie besproken.

Figuur Besparingspotentieel ontrafeld: hypothetische kostenniveaus en besparingen



In de figuur geeft de bovenste lijn de kosten weer van het duiden van prijzen bij de bestaande Prijzenwet en bij ongewijzigd beleid hierin. Deze – en zo ook de andere lijnen – heeft een dalende trend wat de technologische vooruitgang en de hiermee gepaard gaande kostenbesparing *ceteris paribus* weerspiegelt. De middelste, gestippelde lijn geeft het hypothetische kostenniveau weer als er geen Prijzenwet zou bestaan en ondernemers volledig vrij, zonder verplichting vanuit wetgeving het duiden van prijzen zouden kunnen invullen. De positie van de lijn in de figuur is arbitrair gekozen, deze kan ook op de bovenste of onder de onderste lijn liggen. Er geldt dat:

- (i) Deze lijn (het kostenniveau bij vrijwillig prijsbeleid) onder het kostenniveau bij de huidige Prijzenwet ligt indien de Prijzenwet belemmerend werkt en verplichtingen oplegt in het duiden van prijzen die niet vrijwillig gekozen zijn. Hoe restrictiever de Prijzenwet, hoe groter de belemmering, en
- (ii) Deze lijn (het kostenniveau bij vrijwillig prijsbeleid) op het kostenniveau bij de huidige Prijzenwet ligt als ondernemers geen belemmeringen of verplichtingen vanuit de Prijzenwet ervaren.

De onderste, gestreepte lijn geeft het hypothetische kostenniveau weer als de Nederlandse Prijzenwet zou worden aangepast aan de Europese norm, waarbij in de figuur verondersteld is dat de Nederlandse Prijzenwet restrictiever is dan de Europese richtlijn. Als de Prijzenwet daarentegen niet restrictiever is dan de Europese richtlijn, dan zijn de kosten bij de huidige Prijzenwet en bij de Europese richtlijn gelijk en liggen de bovenste en de onderste lijn op hetzelfde niveau.

De werkelijke ligging van deze lijnen ten opzichte van elkaar wordt onderzocht door interviews met ondernemers, waarvan de resultaten beschreven zijn in het navolgende hoofdstuk.

3 Reductiepotentieel in de praktijk

3.1 Onderzoeksopzet en verantwoording

De belangrijkste data en uitgangspunten die voor het onderzoek zijn gehanteerd zijn:

- Uitkomsten vanuit bestaande onderzoeken of relevante rapportages (zoals EIM studie uit 2002 en diverse rapportages van het HBD – Hoofd Bedrijfschap Detailhandel).
- Informatie vanuit de Commissie REAL, waarvan de leden een ruime en brede ervaring in de detailhandel hebben.
- Pilot studie, waarbij een zestal detaillisten uitgebreid is geïnterviewd betreffende de mogelijkheden tot het verminderen van de administratieve lasten vanuit de Prijzenwet en belangrijke bestaande en nieuwe technologieën in de detailhandel.
- Onderzoek aan de hand van een gedetailleerde vragenlijst onder een brede vertegenwoordiging van de subbranches binnen de detailhandel. Dit onderzoek is uitgevoerd door middel van telefonische interviews.

Op basis van de bevindingen uit de eerste gesprekken (pilot studie) is in overleg met het Ministerie van Economische Zaken en de Commissie REAL een definitieve vragenlijst opgesteld en zijn ondernemers benaderd met het verzoek medewerking te verlenen. Met respondenten die hun medewerking wilden verlenen is een afspraak gemaakt voor een telefonisch te houden interview. Tijdens dit interview is de vragenlijst doorgenomen.

Bij de selectie van te interviewen bedrijven is gekozen voor een spreiding over verschillende sectoren. Het is van belang hierbij op te merken dat de reikwijdte van het onderzoek het interviewen van een beperkt aantal ondernemers mogelijk maakte. De selectie van ondernemers is daarom statistisch gezien geen representatieve afspiegeling van de Nederlandse detailhandel. Wel is gekozen voor een zo breed mogelijke spreiding over sectoren en een mix van grote en kleine detailhandelaren, evenals brancheorganisaties, waarmee naar onze mening een betrouwbaar beeld kan worden gekregen. Een overzicht van het aantal benaderde bedrijven per sector en de respons (deelname aan de interviews) is weergegeven in onderstaande tabel.

Tabel Benaderde bedrijven en respons

Sector	Aantal benaderde bedrijven	Deelname
Supermarkt	3	3
Speciaalzaken in genotmiddelen	1	1
Bovenkleding	3	1
Overige kleding en textiel	2	2
Persoonlijke verzorging	2	1
Overige woninginrichting	2	1
Consumentenelektronica	1	0
Doe-het-zelf	3	2
Educatie en vrije tijd	2	2
Branche organisaties	2	2
Totaal	21	15

3.2 Resultaten

3.2.1 Algemeen

Algemeen

Prijsaanpassingen gebeuren frequent variërend van dagelijks tot maandelijks. Geen enkele respondent geeft aan slechts jaarlijks zijn prijzen te wijzigen. Meerdere respondenten geven aan dat tijdens een actieperiode de prijzen frequenter gewijzigd worden dan gedurende perioden dat er geen acties worden gehouden.

Het prijzen van artikelen is afhankelijk van het soort product. Bij producten waarvan de prijs dagelijks kan wijzigen - bijvoorbeeld groente, fruit of vlees(waren) - wordt logischerwijs meer tijd besteed aan het duiden van prijzen dan bij producten waarbij dit niet het geval is.

Prijzen worden op verschillende manieren weergegeven: individueel per artikel, per artikelgroep en per productgroep. Ondernemingen maken vaak gebruik van meerdere methoden, afhankelijk van de aard van het product. Ook een mix van voornoemde methoden komt voor, bijvoorbeeld door de prijs van het artikel voor het schap te presenteren maar ook de prijs op de verpakking van het product te tonen.

De vaststelling van prijzen is zowel centraal als decentraal geregeld, afhankelijk van de mate van onafhankelijkheid van de verkooppunten. Franchiseorganisaties en samenwerkingsverbanden neigen meer naar decentrale vaststelling, terwijl organisaties waarbij de verkooppunten volledig in handen zijn van de moederorganisatie de prijzen veelal centraal worden vastgesteld.

Tijdsbesteding prijzen

Respondenten geven aan dat het lastig is om een zuivere schatting te geven van het aantal uren dat per winkel wordt besteed aan het prijzen van artikelen. Hieraan kan ten grondslag liggen dat (i) het duiden van prijzen een activiteit is die verweven is met andere activiteiten (inpakken, opruimen) waardoor het moeilijk is om precies aan te geven welk deel wordt besteed aan het prijzen, (ii) het duiden van prijzen wordt, zeker in kleinere ondernemingen, veelal gedaan in “verloren uurtjes” waarin een werknemer geen andere werkzaamheden heeft te verrichten maar waarin de werknemer wel aanwezig moet zijn omdat de winkel open is (vooral in kleinere zaken) en (iii) de centrale tijdsbesteding ten aanzien het duiden van prijzen is veelal onderdeel van het gehele artikel stambeheer.

Door de respondenten worden overwegend tijdsbestedingen voor het aanduiden van prijzen variërend van 1-3 uur per week per winkelfiliaal genoemd en liggen daarmee lager dan de genoemde tijdsbestedingen in de EIM studie. Voor een nauwkeurig en gedetailleerd beeld van de exacte tijdsbesteding voor het proces van prijsaanduiding zou een uitgebreider en breder onderzoek noodzakelijker zijn. Dit zou een beter beeld geven van de feitelijke tijdsbesteding.

Belangrijkste kostendragers

De belangrijkste kostendragers die respondenten zelf onderkennen bij de duiden van prijzen zijn, in volgorde van belangrijkheid, de volgende:

1. Inrichting IT organisatie (back-office); mede ten behoeve van beheer product / artikelinformatie
2. Aanbrengen van prijslabels op het schap in de winkels
3. Aanbrengen van stickers om artikelen af te prijzen
4. Aanpassen en uitdraaien van prijslabels of etiketten
5. Aanbrengen van prijslabels of etiketten op individuele producten

Vooral de eerste drie kostendragers worden het meeste onderkend, waarbij de derde kostendrager vooral een rol speelt binnen de branches waarbij veel acties en kortingen een rol spelen. In de situaties dat acties en kortingen frequent aan de orde zijn, worden de kosten van het aanbrengen van stickers om artikelen af te prijzen als omvangrijker beschouwd dan het regulier aanbrengen van prijslabels op het schap in de winkels.

Het EIM koppelt de kosten van het duiden van prijzen voornamelijk aan manuren voor het prijzen in de winkels, en berekent de kosten van prijzen door het aantal manuren te vermenigvuldigen met een vastgesteld uurtarief. In dit uurtarief zit een opslag verwerkt voor materiaal en overhead voor zover die rechtstreeks zijn toe te schrijven aan de handelingen die in de winkel worden uitgevoerd ten aanzien van het maken, aanbrengen en vervangen van prijsetiketten in de winkels.

In lijn hiermee is voor wat betreft de berekening van het besparingspotentieel uitgegaan van de kosten die direct gemoeid zijn het maken, aanbrengen en vervangen van prijsetiketten in winkels. Kosten van centrale tijdsbesteding waarvan niet duidelijk is welk deel hiervan zou moeten worden gealloceerd aan deze activiteit, zijn niet mee genomen. De kosten van IT worden meegerekend voor zover deze direct in relatie staan tot de genoemde handelingen.

Gebruikte technologie

Er blijkt weinig verschil te bestaan tussen de technologie die de respondenten toepassen en de technieken die in de branche worden toegepast, waardoor op dit aspect de geïnterviewde ondernemers representatief lijken te zijn voor de sector waarin zij actief zijn.

Schapelikettering, individueel prijzen van artikelen en het plaatsen van stickers bij acties / kortingen zijn de meest gebruikte technieken. Verder wordt vooral in de textielbranche nog het voorprijzen door leveranciers genoemd. Het toepassen van digitale schapelikettering daarentegen wordt nog slechts beperkt toegepast (alleen bij een aantal supermarkten).

Palmcomputers (PDA's) worden voor het proces van prijsaanduiding niet of beperkt gebruikt gelet op de kosten en beperkte praktische toepasbaarheid voor prijsaanduiding. Deze uitkomst wordt ondersteund door het onderzoek van de projectgroep 'Over de digitale drempel'³ dat o.a. concludeert dat voor de totale detailhandel slechts 10 procent van de ondernemingen gebruik maken van een PDA of handheld. Hierbij moet echter worden opgemerkt dat detaillisten PDA's en handhelds vooral zelf gebruiken, en niet dat deze aan klanten ter beschikking worden gesteld.

Voorts worden scanners, waarbij klanten zelf de prijzen van producten kunnen scannen, niet of beperkt toegepast in de praktijk. Prijsscanners worden door consumenten als niet-klantvriendelijk ervaren, omdat consumenten volgens de respondenten sterk de behoefte hebben om alle prijzen eenvoudig en in één oogopslag te kunnen zien.

Box RFID

RFID (Radio Frequency Identification) is een applicatie van draadloze communicatie technologie die wordt gebruikt voor het identificeren van objecten gebruik makend van lage frequenties van radiogolven. RFID maakt gebruik van individuele product identificatienummers die vergelijkbaar functioneren als barcodes en objecten identificeren. RFID geeft informatiesystemen de mogelijkheid om de stroom van goederen en producten continue te volgen.

RFID is een intelligente en slimme toevoeging aan de verpakking waarmee communicatie met de consument of haar omgeving mogelijk wordt. RFID is één van de meest belangrijke technologische ontwikkelingen die significante veranderingen in het management van een merk en de logistiek binnen de detailhandel tot stand kan brengen in de komende jaren. Voor RFID zal vooral gebruik worden gemaakt van chips gecombineerd met een radio ontvanger. Verder zal deze techniek in de toekomst gepaard gaan met het gebruik van elektronische inkt of aanverwante producten, die de toepassing op producten eenvoudiger zal maken. Technologische ontwikkeling zal het steeds meer mogelijk maken om ook andere technieken dan RFID chips te gebruiken die eenvoudiger zijn aan te brengen op producten, kleiner zijn en elektronisch gelezen kunnen worden (bijvoorbeeld elektronische inkt).

RFID wordt door de respondenten als één van de belangrijkste technologische IT ontwikkelingen voor de detailhandel beschouwd. Van RFID worden aanzienlijke efficiencyvoordelen verwacht, vooral op het logistieke vlak, maar het geeft met name aanzienlijke commerciële voordelen doordat je veel meer klantinformatie kunt genereren. De efficiencyvoordelen voor de prijsaanduiding zijn slechts een bijkomstigheid en van ondergeschikt belang en vormen geen primaire overweging bij de investeringsbeslissing ten aanzien van RFID . De voordelen van RFID zitten voornamelijk in commerciële mogelijkheden en realiseren van efficiency in de logistieke keten en de back-office in algemene zin.

³ Het onderzoek van "Over de digitale drempel" (O3d) naar de cijfers van computergebruik is te vinden op: <http://www.optimaaldigitaal.nl/index.cfm/13,html>

Voordelen voor het duiden van de prijzen worden als afgeleide gezien en worden niet primair nagestreefd. RFID wordt binnen de detailhandel wel als een belangrijke technologische innovatie voor de komende jaren beschouwd en kan wellicht ook een algemene stimulans vormen om het gebruik van IT binnen de detailhandel nog verder te optimaliseren. Een dergelijke stimulans zou kunnen leiden tot verdere IT implementaties en aanverwante efficiencyvoordelen.

Ten aanzien van de toepassing van algemene IT, bestaande uit basis infrastructuur (zoals gebruik van computers, Windows, breedband, intranet en een centraal netwerk) en detailhandelsspecifieke software (zoals gebruik van Point-of-Sales systemen, ERP systemen en EDI)⁴, kan worden opgemerkt dat over het algemeen de grotere detailhandelketens goed geautomatiseerd zijn. De automatiseringsgraad in het MKB en bij de franchisers (aangesloten bij grotere detailhandelketens) is veelal beperkt. De inschatting is dat het MKB circa 50% van de totale detailhandel vertegenwoordigt en in geval rekening wordt gehouden met franchisers kan dit percentage oplopen tot circa 70-80%.

3.2.2 Besparingspotentieel: innovatie en technologische ontwikkelingen

Toepassing van algemene bestaande IT in het MKB

De automatiseringsgraad binnen het MKB is over het algemeen nog relatief laag en door de toepassing van de bovengenoemde algemene bestaande IT toepassingen op allerlei onderdelen van het bedrijfsproces belangrijke efficiencyvoordelen te genereren. Dit wordt ook gestaafd door onderzoeken, die zijn uitgevoerd door het HBD. De belangrijkste relevante conclusies uit deze onderzoeken zijn samengevat in onderstaande box.

Box Toepassing van IT in het MKB

Het HBD beschrijft in een onderzoek gepubliceerd in december 2003 (zie www.optimaaldigitaal.nl) dat de toepassing van IT in de detailhandel stijgt met de omvang. Acht procent van alle ondernemingen in de detailhandel, met name kleine(re) ondernemingen, blijkt in het geheel geen ICT te gebruiken. Voor ondernemers in ambachten is dit percentage hoger, te weten 18 procent.

23 procent van de ondernemingen geeft aan geen computer te gebruiken. 39 procent van de ondernemingen heeft 1 computer in de zaak. De overige 38 procent heeft minimaal 2 computers. Van deze groep beschikt 62 procent over een netwerk.

Meer geavanceerde ICT applicaties worden minder toegepast. Het verkooppunt bijvoorbeeld is in ongeveer 22 procent van de ondernemingen zodanig geautomatiseerd dat deze dagelijks inzicht verschaft in de verkochte aantallen en omzetten.

Het gebruik van internet is in laatste jaren sterk toegenomen. In de detailhandel heeft 60 procent van de ondernemingen toegang tot internet en een kwart van de ondernemingen heeft een eigen website.

⁴ ERP systemen zijn systemen waarbij verschillende modules volledig met elkaar zijn geïntegreerd (bijvoorbeeld financiële en logistieke modules). Met EDI wordt bedoeld op het elektronische uitwisselen van informatie met derden (bijvoorbeeld communicatie van bestel- en factuurgegevens met leveranciers).

De potentiële efficiencyvoordelen van een verdere toepassing van IT in het MKB zijn zeer breed en variëren van logistieke voordelen tot een meer efficiënte administratievoering. Verder leidt een verdere IT toepassing tot belangrijke commerciële voordelen doordat een betere communicatie met klanten mogelijk is (bijvoorbeeld betere registratie van klantgegevens en aankopen door een klant). De verdere IT toepassing binnen het MKB zal ook leiden tot een efficiënter beheer van alle relevante artikelinformatie, waaronder de verkoopprijzen. Daarnaast zijn ook afgeleide efficiencyvoordelen mogelijk voor het duiden van prijzen mogelijk (bijvoorbeeld door het overstappen van individueel prijzen naar schapetiketten, efficiënter printen van stickers en mogelijkheid van snellere prijswisselingen). Hierdoor bestaat er een besparingspotentieel.

De (eenmalige) investeringskosten van de toepassing van algemene IT in het MKB in relatie tot het duiden van prijzen worden buiten beschouwing gelaten. Gelet op het feit dat de betreffende investeringen primair zijn gericht op andere doelstellingen en alleen afgeleide efficiencyvoordelen omvatten ten aanzien van het duiden van prijzen kan verder gesteld worden dat de toerekening van investering- en afschrijvingskosten vanuit deze technologieën aan het besparingspotentieel van het duiden van prijzen beperkt zijn.

Op grond van de antwoorden op de desbetreffende interviewvragen is het niet goed mogelijk het besparingspotentieel voor het duiden van prijzen als gevolg van de bredere toepassing van algemene IT in het MKB duidelijk cijfermatig vast te stellen, hoewel wel aangegeven wordt dat deze beperkt zullen zijn. Wij achten afgeleide voordelen van 2,5 – 7,5% voor het MKB echter een reële inschatting die consistent is met het totaal aan bevindingen uit de gevoerde interviews.

Toepassing van algemene IT bij de grote ondernemingen

De automatiseringsgraad bij de grotere ondernemingen binnen de detailhandel is over het algemeen hoog, echter, vooral bij franchisers zijn nog verdere slagen te maken. Vanuit het onderzoek komt naar voren dat verdere toepassing van bestaande en nieuwe IT ontwikkelingen kan leiden tot het beter benutten van commerciële mogelijkheden en tot meer algemene efficiencyvoordelen (bijvoorbeeld ten aanzien van logistiek en administratievoering). Het verder toepassen van algemene bestaande IT bij de grote detailhandelsketens heeft geen directe invloed op de efficiency van het duiden van prijzen. Echter evenals in het MKB zal de verdere IT toepassing mede leiden tot een efficiënter beheer van alle relevante artikelinformatie, waaronder de verkoopprijzen, waardoor ook afgeleide efficiencyvoordelen van het duiden van prijzen mogelijk zijn. Hierdoor is een efficiëntere beheersing van het registreren en communiceren van de prijzen mogelijk.

Op grond van de antwoorden op de desbetreffende interviewvragen is het niet goed mogelijk het besparingspotentieel voor het duiden van prijzen van de verdere toepassing van algemene IT bij grote ondernemingen duidelijk cijfermatig vast te stellen. Wij achten afgeleide voordelen oplopend tot maximaal 2,5% bij de grote ondernemingen echter een reële inschatting die consistent is met het totaal aan bevindingen uit de gevoerde interviews.

De (eenmalige) investering- en afschrijvingskosten van de toepassing van algemene IT bij grote ondernemingen in relatie tot het duiden van prijzen worden buiten beschouwing gelaten. De betreffende investeringen zijn primair gericht op andere doelstellingen en omvatten alleen afgeleide efficiencyvoordelen voor het duiden van prijzen. Er kan derhalve vanuit gegaan worden dat het deel van investering- en afschrijvingskosten van deze technologieën dat aan het duiden van prijzen

toegerekend kan worden, beperkt is.

Verder toepassen van voorprijzen door leveranciers in de textielbranche

Binnen de textielbranche wordt in toenemende mate gebruik gemaakt van het voorprijzen van artikelen door leveranciers. Dit komt vooral bij import uit lage lonen landen en in het bijzonder bij inkopen vanuit het Verre Oosten. In de overige branches wordt het voorprijzen door leveranciers niet of slechts in beperkte mate toegepast.

De besparingsmogelijkheden ten aanzien van het voorprijzen door leveranciers in de textielbranche schatten wij beperkt gezien het feit dat dit thans al veel wordt toegepast en in de textielbranche en veel kosten worden gemaakt voor het aanduiden van prijzen tijdens korting- en actieperioden. De feitelijke besparingspotentie van het verder toepassen van voorprijzen binnen de branche wordt beperkt verondersteld.

Daarnaast is voorprijzen een methode die vaak geïnterpreteerd wordt als of geassocieerd wordt met verticale (prijs)binding en verticale beperkingen. Vanuit mededingingsrechtelijk perspectief wordt voorprijzen dan ook kritisch gezien.

Digitale schapetiketten

In de supermarkt branche wordt digitale schapetikettering gezien als een veelbelovende techniek, hoewel wordt opgemerkt dat dit alleen toegepast zal worden als de prijs van digitale prijsetikettering (sterk) daalt. Verder vereist een goede toepassing van digitale schapetiketten een adequate inrichting van de gehele IT organisatie (back-office) en deze is bij veel detaillisten nog niet optimaal ingericht. Opvallend is dat juist door een ervaringsdeskundige in de supermarktbranche wordt aangegeven dat in winkels van de desbetreffende organisatie is overgegaan op digitale prijsetikettering en dat de investering die hiermee gemoeid is binnen een paar jaar is terugverdiend.

Gezien het feit dat enige schaalgrootte nodig is voordat deze investering bedrijfseconomisch aantrekkelijk wordt is de verwachting dat voor 2007 deze techniek nog beperkt zal worden toegepast. In de periode van 2007 – 2010 zullen een aantal grotere spelers in de detailhandel en de meer innovatief ingestelde ondernemingen aanvangen met het toepassen van digitale schapetiketten. Pas na 2010 zal dan vervolgens de grote middengroep gaan volgen. Alleen in geval de investeringskosten significant dalen op korte termijn is een snellere toepassing te verwachten. Vooralsnog hebben wij geen aanwijzingen dat dit ook op korte termijn zal plaatsvinden.

Ten aanzien van digitale schapetikettering wordt door de respondenten aangegeven dat de nadelen op dit moment nog zwaarder wegen dan de potentiële voordelen. De genoemde voor en nadelen zijn samengevat in onderstaande tabel.

Tabel Voor- en nadelen van digitale schapetikettering

Nadelen	Voordelen
De éénmalige aanschafkosten zijn nu nog hoog	Aanzienlijk lagere operationele kosten van prijsaanduidingen in de toekomst. Bij invoering hoeft in de winkels vrijwel geen tijd meer besteed te worden voor het aanduiden van prijzen.
Het systeem raakt snel beschadigd	Additionele informatievoorziening over producten mogelijk. De digitale schapetiketten geven de mogelijkheid dat informatie over het scherm rolt. Hierdoor kan bijvoorbeeld eenvoudig informatie over ingrediënten, toepassingen, acties, etcetera worden gegeven.
<p>Minder flexibel ten aanzien van schapindeling. Als een winkel een paar schappen wil verbouwen veroorzaakt het digitale deel van de schappen veel extra (ingewikkeld) werk.</p> <p>Verder moeten bij de huidige digitale schapetiketten veelal nog specifieke stickers opgeplakt worden om het betreffende product te identificeren.</p>	Real time aanpassing van prijzen mogelijk. Hierdoor kunnen prijzen snel en in alle winkels op hetzelfde moment worden aangepast, waardoor slagvaardiger kan worden geopereerd (waarbij de prijzen altijd overeen komen met de prijs die door de kassa zal worden aangeslagen). Dit heeft economische voordelen omdat vraag en aanbod hierdoor beter op elkaar afgestemd worden en de prijs een betere reflectie is van de onderliggende kosten en schaarste.
Toepassing van digitale schapetikettering vereist een adequate IT back-office, waardoor niet alle ondernemingen deze techniek eenvoudig of snel kunnen gaan toepassen	

Respondenten in de supermarktbranche geven aan dat de besparing wordt geschat op 70 tot 100 procent van de huidige kosten voor de activiteiten die te maken hebben met het maken en aanbrengen / vervangen van prijsetiketten. Deze besparingen zijn mogelijk doordat bij de toepassing van digitale schapetiketten vrijwel geen kosten meer gemaakt hoeven te worden in de winkels ten aanzien van het duiden van prijzen en kan het gehele proces van het duiden van prijzen centraal plaatsvinden. De tijdsbesteding in de winkels ten aanzien van het duiden van prijzen zal worden beperkt tot het aanbrengen, vervangen en het eenmalig voorzien van productidentificatie stickers van de digitale schapetiketten.

De eenmalige investeringskosten worden buiten beschouwing gelaten bij de schatting van het besparingspotentieel. Vooralsnog bestaat bij de onderzoekers geen duidelijk zicht op de omvang van de eenmalige investeringskosten van de digitale schapetiketten. Verder is nog onvoldoende duidelijk hoe deze kosten zich zullen ontwikkelen indien de digitale schapetiketten op grotere schaal zullen worden toegepast in de verschillende subbranches in de detailhandel. Mede op grond van de reacties van de respondenten uit ons onderzoek schatten wij in dat in geval op dit moment rekening wordt gehouden met de (eenmalige) investering- en afschrijvingskosten het besparingspotentieel voor een belangrijk deel wordt opgeheven. Door het goedkoper worden van digitale schapetikettering kan dit echter in de toekomst wijzigen.

Bij het schatten van het besparingspotentieel is het van belang om rekening te houden met het feit dat de toepassing van digitale schapetikettering een adequate IT back-office vereist, waardoor niet alle detaillisten deze techniek eenvoudig of snel kunnen gaan toepassen. Bij de inschatting van het besparingspotentieel zullen wij er van uitgaan dat circa 50% van de detaillisten binnen het MKB opereren en dat voor de betreffende detaillisten de toepassing van digitale schapetikettering voorlopig

niet reëel is. Hierbij wordt mede rekening gehouden met het feit dat over het algemeen de automatiseringsgraad in de detailhandel en in het bijzonder in het MKB laag is en dat hierin geen substantiële wijzigingen worden verwacht in de komende jaren. Wij veronderstellen dan ook dat slechts een branchepenetratie van 50% mogelijk is ten aanzien van digitale schapetikettering.

RFID

RFID wordt in de supermarkt branche en de kleding branche genoemd als mogelijk besparende techniek. In de supermarkt kan RFID worden gecombineerd met zelfscanning aan de kassa, waarbij bijvoorbeeld een winkelkarretje vol boodschappen in één keer kan worden gescand. Er wordt echter wederom opgemerkt dat dit vooral op de langere termijn haalbaar is. Voor de korte termijn is de verwachting dat de investeringskosten voor RFID nog te hoog zijn en dat RFID nog onvoldoende ontwikkeld is om al goed te kunnen toepassen in de praktijk. De verwachting is dat RFID pas na 2010 op grote(re) schaal zal worden ingevoerd. Er wordt op kleine schaal geëxperimenteerd met RFID in een logistieke omgeving in magazijnen. In de toekomst kan deze techniek mogelijk ook worden aangepast zodat het ook toepasbaar is voor prijzen. Dit is echter niet de eerste reden waarom met RFID wordt geëxperimenteerd. Door de vele onzekerheden en omdat het nog niet zeker is dat RFID werkelijk als kostenbesparing kan worden ingezet, zijn er geen schattingen gegeven van mogelijke besparingen.

Mogelijke investeringen in deze technologieën hangen sterk af van toekomstige kostenontwikkeling en verdere technische verbeteringen. Verder blijkt dat grote ondernemingen (groter in de zin van meer eerder over zullen gaan tot het implementeren van nieuwe technologieën). Hun schaalvoordelen maken het mogelijk eerder op een kostenbesparende manier de technologie te implementeren.

RFID zal tot belangrijke efficiencyvoordelen kunnen leiden. Deze zullen echter beperkt zijn voor het duiden van prijzen. De inzet van RFID zal de kwalitatieve toepassing van IT op een hoger niveau zal brengen. Dit zal mede leiden tot een efficiënter beheer van alle relevante artikelinformatie, waaronder de verkoopprijzen, waardoor ook afgeleide efficiencyvoordelen van het duiden van prijzen mogelijk zijn vanuit de toepassing van RFID. Hierdoor is een efficiëntere beheersing van het registreren en communiceren van de prijzen mogelijk.

Op grond van de antwoorden op de desbetreffende interviewvragen is het niet goed mogelijk het besparingspotentieel van RFID voor het duiden van prijzen vast te stellen. Wij achten afgeleide voordelen voor de kosten van het duiden van prijzen van maximaal 2,5% echter een reële inschatting die consistent is met het totaal aan bevindingen uit de gevoerde interviews. De (eenmalige) investering- en afschrijvingskosten van de toepassing van RFID in relatie tot het duiden van prijzen worden buiten beschouwing gelaten. De investeringen in RFID zijn primair gericht op andere doelstellingen en omvatten alleen afgeleide efficiencyvoordelen voor het duiden van prijzen. Het deel van investering- en afschrijvingskosten van RFID dat toegerekend moet worden aan het duiden van prijzen is derhalve beperkt.

3.2.3 Besparingspotentieel: aanpassing wetgeving

Nederlandse Prijzenwet en EU richtlijn

Op de vraag of de Prijzenwet een rol speelt bij het prijsbeleid van de onderneming antwoorden alle respondenten dat de Prijzenwet geen invloed heeft. Ruwweg de helft van de respondenten bleek niet op de hoogte van het bestaan van deze wet. De prijs wordt gezien als een onderdeel van de marketingstrategie en wordt in die hoedanigheid getoond op en/of bij het product. In geval van het volledig afwezig zijn van de Prijzenwet zullen de detaillisten niet op een andere manier gaan communiceren over de prijzen met hun klanten. Het helder en overzichtelijk tonen van de prijzen richting de consumenten wordt als belangrijk ervaren en is mede een manier om zich te onderscheiden ten opzichte van concurrenten.

Het onderscheid tussen de Nederlandse Prijzenwet en de EU richtlijn wordt eveneens niet als belemmerend ervaren. Een eventuele aanpassing van de definiëring in de Nederlandse Prijzenwet aan de EU richtlijn zal naar verwachting dan ook geen gevolgen hebben voor de wijze van invulling van het aanduiden van prijzen en de hiermee samenhangende lasten.

Prijs per meeteenheid (PPM)

De prijs per meeteenheid (PPM) wordt door een aantal respondenten niet getoond. Bij de respondenten die PPM wel tonen verschillen de meningen.

Een deel van de respondenten vindt dat de verplichting tot PPM belemmerend werkt en een aantal respondenten vindt dan ook dat het tonen van PPM extra kosten met zich mee brengt. Zij benadrukken dat PPM vaak overbodige informatie is die soms meer verwarring schept dan duidelijkheid. Zij zouden PPM graag schrappen of vervangen door een flexibeler aanduiding waarbij kan worden aangesloten bij de functionaliteit van het product. Het betreft hier vooral de detaillisten die meer luxe en onderscheidende artikelen verkopen, zoals drogisterijen en supermarkten ten aanzien van bepaalde assortimenten.

Een ander deel van respondenten die PPM tonen, geeft aan PPM als een extra service aan de klant te zien waarop de klant zijn afweging tot aankoop kan baseren. Deze categorie heeft dus ook niet de wens om de verplichte PPM te schrappen. Vooral supermarkten zien toegevoegde waarde in PPM ten aanzien van bepaalde productgroepen (zoals verswaren). Ondernemers zijn slecht op de hoogte van de vrijstellingen die de wet biedt.

Algemeen kan worden geconcludeerd dat de detailhandel positief staat tegenover PPM voor een aantal productcategorieën. PPM wordt voor bepaalde productcategorieën overbodig ervaren. Vooral de wettelijke verplichting en de beperkte flexibiliteit van het toepassen van PPM wordt als belemmerend ervaren door de detaillisten.

Het aanpassen van de wetgeving rondom PPM wordt binnen de commissie REAL verder uitgewerkt als een afzonderlijk onderwerp.

Vaste actieperioden

Nederland heeft geen wetgeving meer die het houden van acties beperkt tot bepaalde, voor alle detaillisten gelijke, periodes. Het is in Nederland de keuze van de detaillist om te beslissen wanneer en op welke manier er acties worden gehouden. In België en in mindere mate Duitsland zijn

actieperiodes bij wet beperkt tot twee vaste periodes per jaar. Het is ondernemers slechts toegestaan tijdens deze periodes acties te voeren. Het overtreden van deze wet kan leiden tot boetes.

Diverse respondenten hebben aangedrongen op harmonisatie van de wetgeving op dit gebied op Europees niveau. Nederlandse detaillisten die ook (beperkt) actief zijn in België of Duitsland worden in hun activiteiten gehinderd doordat zij het bedrijfsmodel dat zij in Nederland hanteren niet direct kunnen gebruiken in België. Dit brengt extra kosten met zich mee. Men heeft er last van dat de wetgeving op dit terrein in de EU niet geharmoniseerd is.

3.2.4 Het totale besparingspotentieel

Relatief besparingspotentieel per subbranche in de detailhandel

Uit de interviews zijn schattingen van potentiële besparingsmogelijkheden vanuit de verschillende bestaande en nieuwe technologische ontwikkelingen naar voren gekomen. Op basis van het profiel van de verschillende subbranches zijn deze schattingen verder uitgewerkt. Wij benadrukken echter dat het indicatieve schattingen betreft, aangezien het complex blijkt om gedetailleerde informatie te geven over de feitelijke kosten van het aanduiden van de prijzen en de mogelijke besparingen die gerealiseerd kunnen worden vanuit bestaande en nieuwe technologische ontwikkelingen.

Een overzicht van de besparingsmogelijkheden in de detailhandel, uitgesplitst naar de belangrijkste technologische ontwikkelingen en per subbranche in de detailhandel, worden in de 2 tabellen op de volgende bladzijde weergegeven. Hierbij worden de volgende technologische ontwikkelingen onderkend:

- A Toepassing van algemene bestaande IT in het MKB (relevant voor alle branches)
- B Toepassing van algemene IT bij de grote ondernemingen (relevant voor alle branches)
- C Digitale schapetikettering (relevant voor aantal branches)
- D Verder toepassen van voorprijzen door leveranciers in de textielbranche
- E RFID (relevant voor aanzienlijk deel van de ondernemingen in alle branches)

Op grond van de gedefinieerde relatieve besparingsmogelijkheden vanuit de verschillende technologieën per subbranche wordt vervolgens een vergelijking gemaakt met de berekende administratieve lasten van de prijsaanduiding volgens de EIM studie.

Tabel Relatief besparingspotentieel vanuit digitale schapetikettering in detailhandel uitgesplitst naar relevante subbranches

Retail branche	Efficiency potentieel
	C Bij 50% van de ondernemingen haalbaar; zie toelichting hieronder
Supermarkten	70-100%
Pompshops	70-100%
Winkels in persoonlijke verzorging	70-100%
Winkels in consumentenelectronica	70-100%
Doe-het-zelf zaken	70-100%
Overige branches	Niet van toepassing

Het besparingspotentieel van de operationele kosten wordt geschat op 70-100%, echter wij veronderstellen dat digitale schapetikettering slechts bij 50% kan en zal worden ingevoerd. Bij de schatting van het besparingspotentieel wordt geen rekening gehouden met de (eenmalige) investering- en afschrijvingskosten. Zie een nadere toelichting hierover in paragraaf 3.2.2 onder de subparagraaf "Digitale schapetiketten".

Tabel Relatief besparingspotentieel vanuit de overige technologische ontwikkelingen in detailhandel relevant voor alle subbranches

Retail branche	Efficiency potentieel			
	A	B	D	E
Alle subbranches	2,5%-7,5%	0-2,5%	Beperkt	0-2,5%

Tabel Vergelijking relatief besparingspotentieel met berekende administratieve lasten volgens EIM studie voor digitale schapetikettering

Retail branche <i>Bedragen in € mln</i>	Aantal vestigingen	Berekende administratieve lasten volgens EIM studie	Efficiency potentieel
			C (50% van de ondernemingen)
Supermarkten	7.245	28,3	70-100%
Pomphops	3.858	5,0	70-100%
Winkels in persoonlijke verzorging	7.852	38,3	70-100%
Winkels in consumentenelectronica	6.676	26,0	70-100%
Doe-het-zelf zaken	6.071	27,6	70-100%
Overige subbranches			Niet van toepassing
Totaal administratieve lasten volgens EIM studie		125,2	62,6 (50% van 125,2)
Kwantificering besparingspotentieel in relatie tot administratieve lasten volgens EIM studie			44-62

Tabel Vergelijking relatief besparingspotentieel met berekende administratieve lasten volgens EIM studie voor overige technologische ontwikkelingen

Retail branche <i>Bedragen in € mln</i>	Aantal vestigingen	Berekende administratieve lasten volgens EIM studie	Efficiency potentieel			
			A (50% van de ondernemingen)	B (50% van de ondernemingen)	D	E
Alle subbranches	134.515	473,5	2,5-7,5%	0-2,5%	Beperkt	0-2,5%
Totaal administratieve lasten volgens EIM studie	134.515	473,5	236,75	236,75	473,5	473,5
Kwantificering besparingspotentieel in relatie tot administratieve lasten volgens EIM studie			6-18	0-6	0	0-6

Tabel Totaaloverzicht (relatief) besparingspotentieel voor alle technologische ontwikkelingen

Besparingspotentieel per technologische ontwikkeling	Relatief	Absoluut besparingspotentieel in relatie tot EIM studie
A – Algemene IT in MKB	2,5%-7,5%	6-18 miljoen
B – Algemene IT bij grote ondernemingen	0-2,5%	0-6 miljoen
C – Digitale schapetiketten	70-100% bij beperkt aantal subbranches	44-62 miljoen
D – Voorprijzen door leveranciers	Beperkt	0
E – RFID	0-2,5%	0-6 miljoen
Totaal (afgerond)	10-20%	50-90 miljoen

Relatie investeringskosten en besparingspotentieel van administratieve lasten

Op grond van het gehouden onderzoek kunnen geen exacte berekeningen of schattingen van de verwachte investeringskosten betreffende de technologische ontwikkelingen worden gemaakt. Op basis van de gehouden interviews, onderzoeken van het HBD en informatie over de betreffende technologieën kan een indicatieve vergelijking worden gemaakt tussen de investeringskosten en besparingspotentieel van de administratieve lasten.

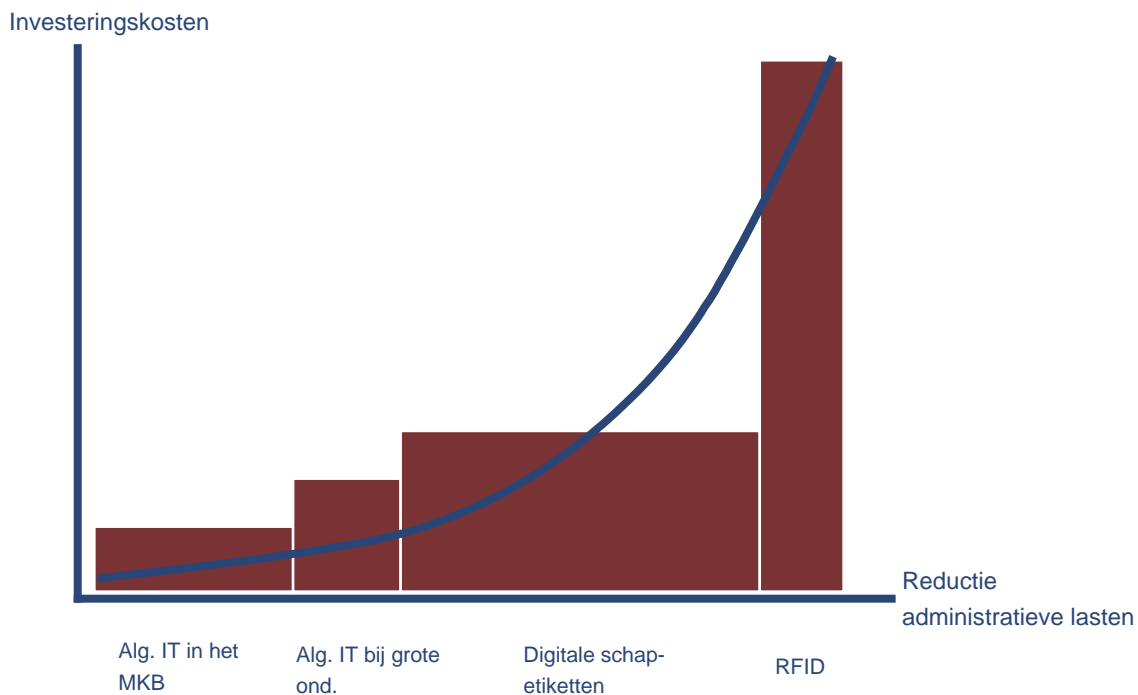
- De investeringskosten voor de toepassing van algemene bestaande IT in het MKB (relevant voor alle branches) zijn relatief beperkt in verhouding tot het besparingspotentieel gelet op het feit dat deze technologieën goed ontwikkeld zijn en relatief eenvoudig kunnen worden toegepast.
- De investeringskosten voor de toepassing van algemene bestaande en nieuwe IT bij de grote ondernemingen liggen voor wat betreft de nieuwe technologie op een iets hoger niveau liggen.
- De investeringskosten voor de toepassing van digitale schapetikettering (relevant voor aantal branches) zullen vooral in de eerstkomende jaren relatief hoog zijn. Het bruto besparingspotentieel van de operationele kosten van het duiden van prijzen bedraagt 80-100% waarbij geen rekening wordt gehouden met de afschrijvingskosten van de hiertoe gedane investeringen. Wij veronderstellen dat digitale schapetikettering bij maximaal 50% van de ondernemingen kan en zal worden ingevoerd, zie een nadere toelichting hierover in paragraaf 3.2.2 onder de subparagraaf “Digitale schapetiketten”. Bij de schatting van het

besparingspotentieel wordt geen rekening gehouden met de (eenmalige) investering- en afschrijvingskosten.

- De ontwikkeling van RFID staat in vergelijking met andere technologieën nog in de kinderschoenen en de investeringskosten zullen de komende jaren dan ook nog relatief hoog zijn. Hierdoor zijn potentiële besparingen ten aanzien van de prijsaanduiding pas op de langere termijn realiseerbaar.

Zie de figuur op de volgende bladzijde voor een schematische weergave tussen de indicatieve investeringskosten en het besparingspotentieel van administratieve lasten. Wij merken overigens op dat uit het onderzoek geen gedetailleerde informatie ten aanzien van de (verwachte) investeringskosten van de verschillende besparingsmogelijkheden is verkregen. De inschatting van de investeringskosten zijn dan ook alleen indicatief en gebaseerd op subjectieve inschattingen van de verkregen kwalitatieve informatie uit het gehouden onderzoek.

Figuur Relatie investeringskosten en besparingen



Besparing in de tijd

Op basis van het gehouden onderzoek is de verwachting ten aanzien van de toepassing van bestaande en nieuwe IT technologieën en de hiermee samenhangende realisatie van besparing in de tijd als volgt:

- Op korte termijn worden geen belangrijke investeringen verwacht ten aanzien van bestaande en

nieuwe IT technologieën en de realisatie van besparingen voor 2007 zal dan ook beperkt zijn. Alleen innovatieve ondernemingen zullen in staat zijn om besparingen te realiseren vanuit de verdere toepassing van algemene IT of de invoering van digitale schapetiketten. De verwachting is echter dat slechts een beperkt aantal detailhandelsondernemingen tot 2007 nieuwe technologische innovaties zullen toepassen. De besparing tot 2007 wordt dan ook geschat op 0 tot maximaal 5%.

- Realisatie van de toepassing van bestaande en nieuwe IT technologieën binnen 3-6 jaar is mogelijk. De verwachting is dat een aantal grote(re) spelers voorop zullen bij de toepassing van bestaande en nieuwe IT technologieën (bijvoorbeeld digitale schapetikettering). Het volgen door middelgrote en MKB ondernemingen zal dan ook beperkt zijn. Op basis van de marktaandelen van een aantal grote spelers schatten wij de besparingen in de periode na 3-6 jaar op 25-30%.
- Uitgaande van het goedkoper en eenvoudiger toepasbaar worden van bestaande en nieuwe IT technologieën, die mede tot besparingsmogelijkheden voor de prijsaanduiding kunnen leiden, zullen de middelgrote en MKB ondernemingen betreffende technologieën na een periode van 6 jaar meer gaan toepassen. Op basis van de marktaandelen van een aantal grote spelers zijn de geschatte besparingen in de periode na 6 jaar en verder 50-65% bedragen.
- De verwachting is dat zelfs in de periode na 6 jaar en verder een groep van 5-25% van de detailhandel (vooral MKB ondernemingen, maar ook een aantal grotere ondernemingen) geen of slechts zeer beperkt bestaande en nieuwe IT technologieën zal toepassen en als gevolg hiervan de besparing ook niet zal realiseren.

Op grond van deze uitgangspunten is de verwachting dat de besparing in de tijd als volgt zal zijn opgebouwd:

Besparing in de tijd	< 2007 (< 3 jaar)	2007-2010 (3-6 jaar)	> 2010 (> 6 jaar)	Nooit of beperkt haalbaar	Totaal
Schatting van procentuele besparing t.o.v. huidige kosten	0-5%	25-30% van totale besparings-potentieel)	50-60% van totale besparings-potentieel)	5-25% van totale besparings-potentieel)	100% van het totale besparings-potentieel
Schatting van absolute besparingen uitgaande van de administratieve lasten volgens de EIM studie uit 2002	€ 0 - €5 miljoen	€ 12.5 – €27 miljoen	€ 25 – €54 miljoen	€ 12,5 bij minimaal besparings-potentieel, € 4 bij maximaal besparings-potentieel	€ 50 – €90 miljoen

3.2.5 Prijsaanduiding en relevante technologische ontwikkelingen in het buitenland

Voorzover de ondervraagde detaillisten filialen in het buitenland hebben wordt aangegeven dat geen belangrijke verschillen bestaan tussen de wijze van prijsaanduiding in Nederland en het buitenland.

De verschillen tussen Nederland en andere EU-landen betreffende *aanverwante* wet- en regelgeving rondom prijzen (anders dan de regels rond prijsaanduiding) wordt wel als erg hinderlijk ervaren. In België, Duitsland en Denemarken gelden strenge(re) regels rond het geven van kortingen en acties. Het is wenselijk als de regels op dit terrein binnen EU geharmoniseerd zouden worden.

Verder worden geen belangrijke andere technologische ontwikkelingen gezien in het buitenland. Volgens de ondervraagden wijkt de toepassing van bestaande of nieuwe technologische ontwikkelingen, waaronder RFID, in Nederland niet in belangrijke mate af ten opzichte van het buitenland.

3.2.6 Rol voor Ministerie van Economische Zaken en brancheorganisaties

- Het verder toepassen van innovaties en technologische mogelijkheden wordt vooral gezien als een rol van het bedrijfsleven zelf en van de brancheverenigingen. De rol van de overheid en het Ministerie van Economische Zaken wordt als minder belangrijk ervaren. De onderstaande mogelijkheden worden onderkend voor het Ministerie van Economische Zaken of brancheverenigingen om deze toepassing te stimuleren:
 - Studies / voorbereiding door branche verenigingen ten aanzien van nieuwe technologieën.
 - Verspreiden van best practices.
 - Initiëren van pilots.
 - Kennisplatform.
 - Organiseren van seminars.
 - Stimuleren van innoverende ondernemingen, bijvoorbeeld door middel van een prijs voor de meest innovatieve “retailer”.
- Vooral het initiëren van pilots en het stimuleren van innoverende ondernemingen worden genoemd in relatie tot een mogelijke rol voor het Ministerie van Economische Zaken.
- Het rapport van de projectgroep “Over de digitale drempel” geeft eveneens aan dat bij het stimuleren van en ondersteunen bij de invoering van nieuwe technieken de branchevereniging een belangrijke rol wordt toegedacht door de ondervraagden.
- Een rol voor de overheid en het Ministerie van Economische Zaken kan mogelijk worden ingevuld via het innovatieplatform. Vooral bij het stimuleren van innovaties wordt een rol gezien voor de overheid.