



Het bier wordt duur betaald

In tijden van kommer en kwel is het plezierig om ook eens over iets luchtigers dan de euro te spreken. Als u weer eens in het café bent, kunt u het misschien over de prijs van bier hebben. Waarom is een pilsje zo duur? Is de brouwer een schurk of de caféhouder een sul?

Vorige maand publiceerde het EIM interessant cijfermateriaal over de biermarkt in Nederland (EIM, 2011). Dankzij het initiatief van Koninklijke Horeca Nederland is nu ook de cafékant van de markt helder in beeld gebracht. Bij de presentatie betoogde KHN-directeur Van der Grinten dat brouwers wurgcontracten hanteren en dat cafébazen tot wel twee keer zoveel voor hun bier moeten betalen als bij de slijter op de hoek. Dat deze inkooprij een vergoeding bevat voor allerlei door de brouwer geleverde diensten en nog steeds minder dan twintig procent van de verkoopprijs van een pilsje is, kreeg minder aandacht. Vraag is natuurlijk ook waarom de caféhouder zo'n contract accepteert.

De horecabranche is slechter georganiseerd en minder geconcentreerd dan de brouwerijsector. De vier grootste brouwerijen bedienen samen ongeveer negentig procent van de markt. Heineken is met 48 procent veruit de grootste speler, InBev, Grolsch en Bavaria volgen op gepaste afstand. In 2002, ten tijde van haar laatste (officiële) marktonderzoek, concludeerde de NMa al dat de HHI-concentratiegraad een duizelingwekkende 3755 bedroeg (NMa, 2002). Op basis van cijfers van de brouwers stelde de NMa destijds dat ongeveer vijftig procent van de cafés en twee derde van de afzet exclusief aan een brouwerij gebonden was. Data van de afnemers brengen het EIM tot de conclusie dat de situatie verslechterd is: 62 procent van de cafés en 75 procent van de omzet is gebonden.

De binding kan verschillende vormen aannemen. Bij de lichtste vorm krijgt de caféhouder de tapinstallatie in bruikleen, in ruil voor de verplichting het bier van de brouwer te verkopen. Meestal heeft de caféhouder ook de kelder- en koelinstallatie in bruikleen, en wel in ruil voor een niet-concurrentiebeding: de brouwer eist dat alleen zijn pils verkocht wordt. Bij ongeveer één op de zes cafés is de brouwer eigenaar van het pand en is sprake van een exclusief leveringscontract. Het EIM-onderzoek laat zien dat hoe sterker een café gebonden is, hoe lager het rendement voor de uitbater is. Het zou vreemd zijn als het anders was.

Exclusiviteitscontracten zijn expliciet door de Europese mededingingsregels toegestaan, mits het marktaandeel

hoogstens dertig procent is en de contracten niet langer dan vijf jaar lopen. In 2002 oordeelde de NMa dat ook de contracten van Heineken, die direct door de caféhouder opzegbaar zijn, toegestaan zijn, mits Heineken haar afnemers elk jaar daar expliciet op wijst en zij vrije verkoop van flessenbier door de caféhouder toestaat. Destijds kende de NMa veel gewicht toe aan de concurrentie tussen brouwers om verkooppunten. Zij stelde: "De concurrentie om vrijgevallen verkooppunten is sterk gebleken (...). De brouwers hebben ieder afzonderlijk aangegeven dat sprake is van een hevige concurrentiestrijd om horecaverkooppunten."

Het lijkt erop dat de NMa de kalkoen gevraagd heeft wat er op het kerstmenu moet staan. Onafhankelijk gedrag van de brouwers kan niet verwacht worden; in 2007 werden zij immers door de Europese Commissie met 273 miljoen euro beboet voor het maken van kartelafspraken. Deze afspraken betroffen niet alleen de prijs van bier, maar ook marktverdeling. Volgens de Commissie was de concurrentie om horecapunten helemaal niet zo sterk als de brouwers beweerden en de NMa geloofde: de brouwers beperkten die concurrentiestrijd juist. Er was ondubbelzinnig bewijs van "onderlinge afstemming inzake de toewijzing van afnemers". (Europese Commissie, 2007)

Ongeveer zeventig procent van de cafés is volledig vrij of alleen via de tap aan een brouwerij verbonden. Het EIM-rapport laat zien dat voor deze cafés overstappen zeer eenvoudig is, maar of dat overstappen ook daadwerkelijk loont is niet onderzocht. Uit de modeltypering in het rapport volgt wel dat driekwart van de caféhouders sociale goedgezaken zijn van wie niet verwacht kan worden dat ze bij onderhandelingen het onderste uit de kan zullen halen. Van intensieve concurrentie om verkooppunten moet echter ook een sul kunnen profiteren, terwijl bij kartelafspraken ook de expert slechts van de regen in de drup terechtkomt.

Het EIM-rapport beantwoordt niet de aan het begin geformuleerde vraag, maar het bevat wel indicaties dat brouwers nog steeds dingen doen die bij wet verboden zijn. Hoogste tijd dus dat de NMa een nieuw onderzoek naar deze markt start.

LITERATUUR

EIM (2011) *Rendement en relatie*. Zoetermeer: EIM.
Europese Commissie (2007) *Beschikking in zaak Comp/B-2.37.766-Nederlandse biermarkt*. Brussel: Europese Commissie.
NMa (2002) *Besluit in zaak 2036/Heineken-horecaverenkomsten*. Publicatie op www.nmanet.nl, mei.