

Verdieping handelsstatistieken

Resultaten Deelproject Handel 2007
Speerpunt Handel en diensten

08

Jessica van Melis, Noortje Urlings en Pieter Vankan



Verklaring van tekens

.	= gegevens ontbreken
*	= voorlopig cijfer
x	= geheim
–	= nihil
–	= (indien voorkomend tussen twee getallen) tot en met
0 (0,0)	= het getal is kleiner dan de helft van de gekozen eenheid
niets (blank)	= een cijfer kan op logische gronden niet voorkomen
2005–2006	= 2005 tot en met 2006
2005/2006	= het gemiddelde over de jaren 2005 tot en met 2006
2005/'06	= oogstjaar, boekjaar, schooljaar enz., beginnend in 2005 en eindigend in 2006
2003/'04–2005/'06	= oogstjaar, boekjaar enz., 2003/'04 tot en met 2005/'06

In geval van afronding kan het voorkomen dat de som van de totalen afwijkt van het totaal.

Colofon

Uitgever

Centraal Bureau voor de Statistiek
Prinses Beatrixlaan 428
2273 XZ Voorburg

tweede helft van 2008:

Henri Faasdreef 312
2492 JP Den Haag

Prepress

Centraal Bureau voor de Statistiek - Facilitair bedrijf

Omslag

TelDesign, Rotterdam

Inlichtingen

Tel. (088) 570 70 70
Fax (070) 337 59 94
Via contactformulier: www.cbs.nl/infoservice

Bestellingen

E-mail: verkoop@cbs.nl
Fax (045) 570 62 68

Internet

www.cbs.nl

Inhoud

Voorwoord	5
Samenvatting	6
1. Inleiding	7
2. Achtergronden	8
2.1 De rol van de detailhandel en de groothandel in de economie	8
2.2 Ontwikkelingen	9
3. Informatiebehoefte en lacunes	11
3.1 Geraadpleegde statistiekgebruikers en hun wensen	11
3.2 De lacunes	11
3.3 Bespreking van de lacunes	12
4. Aanpak lacunes	13
4.1 Lacunes detailhandel	13
4.2 Lacunes groothandel	19
4.3 Overige lacunes	22
4.4 Conclusie	26
5. Secundaire bronnen	28
5.1 Reeds bij het CBS beschikbare secundaire bronnen	28
5.1.1 Wet Administratieve Lasten Verlichting In Sociale verzekeringen	28
5.1.2 Winstaangifte-registratie	28
5.1.3 Nederlandse Taxonomie Project	29
5.1.4 Belasting toegevoegde waarde	30
5.1.5 Waarneemgroepen	31
5.2 Nieuwe secundaire bronnen	31
5.2.1 Scannerdata	32
5.2.2 Gebruiksmogelijkheden scannerdata bij de handelsstatistieken	32
5.2.3 Stappen tot toepassing	33
5.3 Conclusie	34
6. Best practices	35
6.1 Best practices algemeen	35
6.2 Best practices handel	37
6.2.1 Doel	37
6.2.2 Werkwijze	37
6.2.3 Resultaten	37
6.2.4 Conclusie	40
6.3 Ervaring in Zweden	40
6.3.1 Scannerdata	40
6.3.2 Regionale statistieken	41
6.3.3 Kortetermijnstatistieken	42
6.4 Conclusie	42

7. Publicaties	43
7.1 Themapagina Handel en horeca	43
7.2 Handelsmonitor	43
7.3 Web(magazine) artikelen	44
7.4 Persbericht	44
7.5 Micro-meso-macroaansluiting	45
7.6 Conclusie	45
8. Vervolgprojecten	46
8.1 Scannerdata	46
8.2 Themapagina	47
8.3 Monitor	47
8.4 Onderzoek persbericht	47
8.5 Lacunes	48
Conclusies en aanbevelingen	49
Literatuur	50
Begrippenlijst	51
Bijlagen	52
1. Grootteklasse	52
2. Best practices	52
3. Publicaties	53
3.1 <i>Overzicht publicaties detailhandel</i>	53
3.2 <i>Overzicht beschikbare variabelen</i>	54
3.3 <i>Voorbeeld monitor motor- en autobranche</i>	54

Voorwoord

Nederland heeft zich ontwikkeld tot een echte diensteneconomie. Ruim 80 procent van de werknemers werkt in de handel en dienstverlening en daar wordt ook bijna driekwart van de omzet en de toegevoegde waarde gegenereerd. Toch ligt het accent in het statistiekprogramma nog steeds op de traditionele sectoren van de economie: de landbouw, de industrie en de bouwnijverheid. Daarom is één van de speerpunten in het meerjarenprogramma 2004–2008 van het CBS het verbreden en verdiepen van de statistieken van handel en dienstverlening.

Het speerpuntproject is in 2006 gestart met een onderzoek naar de commerciële dienstverlening. Dit heeft geresulteerd in het rapport: *Uitbreiding dienstenstatistieken: Resultaten speerpuntproject Handel en diensten 2006*.

Begin 2007 is een begin gemaakt met het deelproject Handel. Hierbij is gestart met het in kaart brengen van de informatiebehoefte voor de handel: detail- en groothandel. Een deel van de wensen kan worden opgelost door het beschikbare materiaal anders te ordenen en beter toegankelijk te maken. Een ander deel wordt op redelijk korte termijn opgelost door de invoering van het gebruik van btw-cijfers bij het maken van de kortetermijnstatistieken. Een aantal van de wensen is ondergebracht bij verschillende afdelingen binnen het CBS. Voor het resterende deel van de wensen is verder onderzoek noodzakelijk.

In dit rapport worden de resultaten van 2007 gepresenteerd en de plannen voor 2008 kort weergegeven. Het volledige projectplan is op aanvraag beschikbaar.

Het is de bedoeling dat dit rapport verhelderend en informatief is voor externe en interne klanten. Mochten er nog vragen zijn, dan zullen wij die graag beantwoorden. Als u op- en aanmerkingen of suggesties heeft dan horen wij dat graag.

Samenvatting

Dit rapport geeft een overzicht van de resultaten van het deelproject Handel van het speerpunt Handel en diensten in het jaar 2007. Het project Handel en diensten is een speerpunt van het CBS en is erop gericht de statistische informatie over handel en dienstverlening te verbreden en te verdiepen. Dat is nodig omdat vanuit beleid en wetenschap vragen worden gesteld over de vooruitzichten voor groei en werkgelegenheid, nu de Nederlandse economie steeds meer een diensteneconomie wordt.

Wat speelt er op het gebied van de detailhandel en de groothandel? Met deze vraag is gestart bij het in kaart brengen van de informatiebehoefte van externe en interne klanten op het gebied van de detail- en groothandel. Diverse wensen kwamen naar voren, bijvoorbeeld de vraag naar recente omzetcijfers over de apotheken, groothandel en de ambulante handel. Ook werd gevraagd naar cijfers over de energiekosten in de detailhandel. Deze cijfers zijn relevant vanwege de toenemende aandacht voor duurzaam ondernemen en de stijgende energiekosten. Daarnaast zijn er klantenwensen die aandacht vragen voor ontwikkelingen binnen de detail- en groothandel. Hierbij gaat het om e-commerce, het internationale karakter van de groothandel en binnen bijvoorbeeld de tabaksbranche.

De informatiebehoefte van klanten wordt gepresenteerd in hoofdstuk 4 van dit rapport. Hierbij wordt ingegaan op de achtergrond en het plan van aanpak van de verschillende lacunes. Zo kan bijvoorbeeld de lacune over de energiekosten worden opgelost door de energiekosten uit de huisvestingskosten te destilleren. In 2008 gaat het speerpunt hiermee aan de slag. Daarnaast biedt ook de belangrijke ontwikkeling binnen het CBS, het gebruik van btw voor het maken van omzetcijfers voor kleine bedrijven, mogelijkheden voor het oplossen van een aantal lacunes. Btw-gebruik kan meer gedetailleerde gegevens opleveren, waardoor het een belangrijke bijdrage kan leveren bij bijvoorbeeld het maken van omzetcijfers over de apotheken en de ambulante handel.

Van interne en externe klanten zijn tevens signalen ontvangen dat het CBS een grote schat aan cijferinformatie heeft, maar dat deze niet voor iedereen gemakkelijk te vinden is. Er wordt dan ook gewerkt aan het beter toegankelijk maken van de beschikbare informatie. Dit gebeurt door aanpassingen aan de themapagina, het schrijven van (web-magazine)artikelen en het opzetten van de monitor detailhandel. De monitor is een elektronische publicatie, waarbij op kwartaalbasis een aantal branches met een aantal variabelen worden beschreven. Het doel van deze publicatie is om voor een breed publiek beschikbare informatie duidelijker, toegankelijker en in een meer samenhangend geheel te publiceren. In 2008 wordt de monitor detailhandel gepubliceerd op de CBS-website.

Het projectteam heeft in de loop van dit jaar gebruik gemaakt van kennis en expertise van statistische bureaus in andere landen. Er is een bezoek gebracht aan het statistiekbureau van Zweden, waar is ingegaan op de gebruiksmogelijkheden van scannerdata in de handelsstatistieken. Scannerdata lijken een veelbelovende secundaire bron voor de handelsstatistieken. Met behulp van scannerdata kunnen verschillende cijfers gemaakt worden, zoals regionale cijfers, dynamiek van vestigingen, productspecificaties en koopdag- en feestdageffecten. In 2008 krijgt het onderzoek naar de gebruiksmogelijkheden van scannerdata in de handelsstatistieken een vervolg.

Kortom het project krijgt in 2008 een vervolg, waarbij de nadruk komt te liggen op het oplossen van diverse lacunes, het publiceren van de handelsmonitor en het onderzoek naar de gebruiksmogelijkheden van scannerdata.

1. Inleiding

In het meerjarenprogramma 2004–2008 van het CBS is geconstateerd dat de statistieken over handel en dienstverlening aanzienlijk minder ver zijn ontwikkeld dan die over traditionele sectoren, zoals landbouw en industrie. De informatie over het productieproces, over de voortgebrachte producten en de informatie over prijzen en volumina schiet voor onderdelen van de handel en dienstverlening nog tekort. Het belang van handel en dienstverlening binnen de Nederlandse economie is in de loop der jaren sterk toegenomen: het aandeel van deze activiteiten in het binnenlands product en in de werkgelegenheid is inmiddels tot respectievelijk ruim 70 procent en ruim 80 procent opgelopen. Voor beleid en wetenschap is het de vraag of een economie die in toenemende mate op handel en diensten drijft voldoende innovatief kan blijven, voldoende arbeidsproductiviteitsstijging en daarmee voldoende economische groei kan genereren.

Ook in Europees verband is reeds aangegeven dat er meer aandacht moet komen voor de statistieken van de handel en dienstverlening. Dat is van des te groter belang gezien de dynamiek in de verschillende branches binnen de handel en dienstverlening en de diversiteit van de sectoren. De afgelopen jaren zijn onder invloed van ICT en andere innovaties wezenlijke veranderingen in het productieproces opgetreden, waarover nog onvoldoende statistische informatie beschikbaar is.

Na uitgebreide consultatie van externe belanghebbenden (zie de CBS-publicatie: Sturen op statistieken) zijn in het meerjarenprogramma voorstellen voor programmavernieuwing gedaan, de zogenaamde speerpunten. Het speerpunt 'Verbreding en verdieping van de statistieken van handel en diensten' wordt uitgevoerd in het project *Handel en diensten*. In 2006 is het project gestart met een onderzoek op het terrein van commerciële dienstverlening. Dit onderzoek heeft geresulteerd in het rapport 'Uitbreiding Dienstenstatistieken: *Resultaten speerpuntproject Handel en diensten 2006*'. In deze CBS-publicatie is de informatiebehoefte van externe en interne klanten op het terrein van de commerciële dienstverlening in kaart gebracht en zijn adviezen opgesteld over de inhoud en de vormgeving van het toekomstige statistiekprogramma. Deze adviezen worden, daar waar wenselijk, in 2007 doorgevoerd in het CBS statistiekprogramma. Daarnaast zijn in 2007 de nieuwe onderdelen handel, verkeer en vervoer en een deel van de quartaire sector binnen het project *Handel en diensten* onderzocht. In 2008 en 2009 worden de overige onderdelen op het terrein van de handel en dienstverlening onder de aandacht gebracht.

In dit rapport wordt ingegaan op de statistieken van de detailhandel en de groothandel. Hierbij is eerst de informatiebehoefte op het terrein van de handel in kaart gebracht. Daarnaast zijn adviezen opgesteld over de inhoud en de vormgeving van het toekomstige statistiekprogramma over de detail- en groothandel. Het resultaat is een overzicht van lacunes in de handelsstatistieken. Nagegaan is in hoeverre de lacunes opgelost kunnen worden door de wensen van interne en externe klanten te confronteren met de beschikbare reguliere statistieken en de toekomstige ontwikkelingen daarin.

2. Achtergronden

Om de informatiebehoefte met betrekking tot de handel goed te kunnen inschatten, is het nodig te weten vanuit welke achtergronden deze is ontstaan. Daarom is vanuit de economische literatuur nagegaan welke rol de detailhandel en de groothandel in de economie vervullen en hoe de handelssectoren zich hebben ontwikkeld in de loop der tijd.

2.1 De rol van de detailhandel en de groothandel in de economie

Inmiddels zijn in Nederland – en overigens ook elders in de westerse wereld – de handel- en dienstensectoren van groot belang geworden. Meer dan 70 procent van het bruto binnenlands product wordt er verdiend, en ruim 80 procent van de beroepsbevolking vindt er een baan. Dat betekent dat de Nederlandse economie sterk afhankelijk is geworden van de handel- en dienstensectoren en dat de economische groei sterk door deze sectoren wordt bepaald.

In tabel 1 zijn de categorieën weergegeven die in de Standaard Bedrijfsindeling (SBI) voor het brede terrein van de handel en dienstverlening worden onderscheiden. Deze indeling wordt in de officiële statistieken internationaal gehanteerd. Dit rapport beschrijft de groothandel en de detailhandel en betreft dus SBI 51 en SBI 52¹⁾. De overige SBI categorieën worden, zoals reeds eerder vermeld, in andere deelprojecten binnen het speerpunt *Handel en diensten* behandeld.

Tabel 1
Handel en dienstverlening: onderscheid in categorieën

Omschrijving	SBI
Reparatie van consumentenartikelen en handel	
Handel in en reparatie van auto's en motorfietsen; benzineservicestations	50
Groothandel en handelsbemiddeling (excl. auto's en motorfietsen)	51
Detailhandel en reparatie t.b.v. particulieren (excl. auto's, motorfietsen en motorbrandstoffen)	52
Horeca	55
Vervoer, opslag en communicatie	60–64
Financiële instellingen	65–67
Verhuur van en handel in onroerend goed, verhuur van roerende goederen en zakelijke dienstverlening	70–74
Overheid	75
Onderwijs	80
Gezondheids- en welzijnszorg	85
Milieudienstverlening, cultuur, recreatie en overige dienstverlening	90–93
Particuliere huishoudens met personeel	95
Extra-territoriale lichamen en organisaties	99

Zowel de detailhandel als de groothandel is een belangrijke bedrijfstak voor de Nederlandse economie. Het aandeel van ondernemingen is in de detailhandel groter: de detailhandel zorgt voor 11,1 procent en de groothandel voor 8 procent van het totale aantal bedrijven in Nederland. De werkgelegenheid is in beide sectoren nagenoeg gelijk, ongeveer 8 procent. De detailhandel en de groothandel zorgen voor respectievelijk 3,25 en 7,8 procent van de bruto toegevoegde waarde van alle bedrijfstakken²⁾. Opvallend is het aandeel van de groothandel in de export. De groothandel is dan ook sterk export georiënteerd.

De detailhandel zorgt ervoor dat door andere ondernemingen vervaardigde goederen direct ter beschikking komen aan gezinnen of particulieren. Omdat de detailhandel op deze manier voor iedereen zichtbaar aanwezig is en een grote dynamiek kent, is de

1) In de nieuwe SBI-indeling – die vanaf 2008 in werking treedt – betreft de groothandel SBI 46 en de detailhandel SBI 47.

2) Bron: StatLine (aantal bedrijven per 01-01-2006 en bruto toegevoegde waarde 2005).

betekenis van deze sector in maatschappelijk opzicht erg groot. De detailhandel is onderverdeeld in voedings- en genotmiddelenwinkels, non-foodwinkels en de handel die niet in winkels plaatsvindt, zoals de markt- en straathandel en de handel via internet- en postorderbedrijven.

Tot de sector groothandel behoren ondernemingen die voor eigen rekening en risico goederen verhandelen die buiten de eigen onderneming zijn vervaardigd, en die aan bedrijfsmatige afnemers (niet zijnde eindverbruikers) worden afgeleverd. Internationaal gezien is de groothandel erg belangrijk. De groothandel is als de motor van de Nederlandse export van groot economisch belang: 37 procent van de export geschiedt via de groothandel. De groothandel draagt bij aan de export door het openen en structureren van kanalen naar bestaande en nieuwe markten. Door het importeren van goederen die elders in de wereld worden geproduceerd, brengt de groothandel deze goederen binnen het bereik van Nederlandse ondernemingen. De groothandel biedt naast een assortiment van goederen, ook een pakket van bijbehorende diensten, zoals logistieke diensten, financiering, scholing en pre- en after-sales services aan. (EIM, 2006). De groothandelssector omvat, naast handelsbemiddeling, de groothandel in agrarische producten en levende dieren, in voedings- en genotmiddelen (food), in consumptiegoederen (non-food), in investeringsgoederen, in intermediaire goederen en die in bouwmaterialen.

2.2 Ontwikkelingen

In de komende jaren zijn er veel ontwikkelingen in de detailhandel te verwachten. Ontwikkelingen als groeiend aantal samenwerkingsverbanden, internetgebruik, schaalvergroting en branchevervaging spelen daarbij een grote rol.

- De detailhandel kent een lange traditie van samenwerkingsverbanden zoals coöperaties, vrijwillige filiaalbedrijven en inkoopcombinaties. Deze samenwerkingsverbanden zijn de laatste jaren uitgebreid met onder andere in- en verkoopverenigingen en franchiseorganisaties. De samenwerkingsgraad is in de detailhandel twee keer zo hoog als elders in het bedrijfsleven en naar verwachting zal het aantal samenwerkingsverbanden alleen maar groter worden.
- Naast het groeiende aantal samenwerkingsverbanden, groeit ook het internetgebruik in de detailhandel. De invloed van internet wordt steeds groter bij het vergelijken van producten, winkels en prijzen. Dit leidt tot verschuivingen van winkelkeuze en -oriëntatie. Ook wordt er door consumenten steeds meer online gekocht. Vooral bij wit- en bruingoedzaken, computerwinkels, CD-zaken en boekhandels wordt veel via internet verkocht. In de toename van de online verkoop schuilt ook een bedreiging voor de detailhandel. Niet-retailers maken namelijk ook gebruik van online verkoop en dat vormt een bedreiging voor de detailhandel (EIM, 2006).
- Een andere belangrijke ontwikkeling waar de detailhandel mee geconfronteerd wordt is schaalvergroting. In veel branches is de gemiddelde winkelomvang per vestiging toegenomen. Een voorbeeld hiervan zijn de supermarkten. Deze trend zal naar verwachting in de toekomst alleen maar toenemen. Schaalvergroting gaat gepaard met het feit dat ook de locatie van de winkels verschuift. Winkels worden niet noodzakelijk meer in het centrum gevestigd. Er ontstaan ook veel meer winkelcentra aan de rand van het centrum. Dit omdat daar meer winkeloppervlak is.
- Branchevervaging speelt ook een grote rol in de detailhandel. Branchevervaging houdt in dat takken van bedrijven en handel niet meer scherp af te bakenen zijn. Dit verschijnsel doet zich voor in veel branches. Een aantal voorbeelden:
 - drogisterijen die speelgoed, boeken en cd's verkopen;
 - supermarkten die steeds meer non-foodproducten aanbieden;
 - tuincentra die kleding verkopen;
 - bouwmarkten die ook planten verkopen;
 - kledingwinkels die naast kleding ook accessoires als schoenen en tassen verkopen;
 - kantoor/boekhandels verkopen ook tabak.

Ook in de groothandel vinden er de laatste jaren ontwikkelingen plaats, zoals internationalisering en de toenemende invloed van technologie.

- Internationalisering leidt tot nieuwe vestigingslocaties van leveranciers en afnemers. Redenen daarvoor zijn lage lonen, beschikbaar bekwaam personeel, het willen leveren van 24-uurs service en het volgen van klanten of leveranciers. Groothandelsbedrijven volgen de globaliserende industrie door ook in opkomende markten vestigingen te openen.
- De invloed van technologie neemt toe, met name het gebruik van internet in het logistieke proces. Binnen de groothandel is dit een belangrijke bron van innovatie. Internet biedt klanten van de groothandel de mogelijkheid zich te informeren over producten, beschikbaarheid van producten en het plaatsen van orders. Verwacht wordt dat in de toekomst het gebruik van internet zal toenemen (Ministerie van Economische Zaken, 2005).

Mede door deze ontwikkelingen vinden er veranderingen als branchevervaging en meer samenwerkingsverbanden plaats binnen de groothandel. Om het bestaansrecht en toegevoegde waarde te kunnen waarborgen, ontstaat er meer branchevervaging: de groothandel biedt naast een assortiment van goederen ook steeds meer een pakket van diensten aan. Belangrijk in de groothandel is de tendens naar meer samenwerking, zowel horizontaal als verticaal. Naast samenwerking met andere groothandelsbedrijven, gaan bedrijven ook strategische samenwerkingsverbanden aan binnen de keten, dus met leveranciers en afnemers. Met leveranciers worden steeds meer relaties aangegaan om bijvoorbeeld samen producten te ontwikkelen en te ontwerpen (Economisch bureau ING, 2006).

3. Informatiebehoefte en lacunes

Bij externe en interne klanten is de informatiebehoefte op het terrein van de handel gepeild. De thema's die daarbij aan de orde komen zijn de detailhandel en de groothandel. De focus binnen dit onderzoek heeft dus niet gelegen op de internationale handel. De internationale handel komt evenals andere onderdelen van het speerpunt Handel en diensten in een ander deelproject aan de orde.

3.1 Geraadpleegde statistiekgebruikers en hun wensen

Voor het in kaart brengen van de informatiebehoefte op het gebied van de handel zijn de volgende statistiekgebruikers geraadpleegd: de leden van de Economische adviesraad, het EIM, het ministerie van Economische Zaken, het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD), het Nederlands Verbond Groothandel (NVG), de Nationale Winkelraad (NWR) en Eurostat. Intern is gesproken met verschillende sectoren. Voor de inhoudelijke expertise is veelal gebruik gemaakt van expertise van collega's op het gebied van de handelsstatistieken.

3.2 De lacunes

In tabel 2 zijn de wensen van statistiekgebruikers op het gebied van de detailhandel en de groothandel weergegeven.

Tabel 2
Wensen ten aanzien van de handelsstatistieken

Overzicht van de wensen

Detailhandel

Kwartaalcijfers ambulante handel
Omzetcijfers detailhandel in erotische artikelen
Specificatie huisvestingskosten
KS apotheken
Omzet uitsplitsen naar omzetklasse
Omzet detailhandel incl./excl. btw: omzet excl. btw en overgangsjaar dubbel: omzet incl. en excl. btw
Branchevervaging in de tabaksbranche
Betrouwbare cijfers over het aantal vestigingen
Gegevens over samenwerkingsverbanden (o.a. franchisegegevens)
Gegevens over het betalingsverkeer
Regionale cijfers

Groothandel

KS groothandel
Internationale karakter groothandel
Dienstenactiviteiten in de groothandel

Overige

Informatie over e-commerce en consumer-to-consumer handel
Kenmerken van werknemers
Tijdreeksen
Aansluiting micro-, meso- en macro-gegevens
Budgetonderzoek: vasthouden aan verkoopkanaal internet
Het bijwerken van het inschrijfformulier van de KvK

Naast inhoudelijke wensen zijn er ook wensen op het gebied van de presentatie van het cijfermateriaal. De toegankelijkheid van de informatie voor statistiekgebruikers laat momenteel nog te wensen over. Onderdeel van de werkzaamheden in het kader van het project Handel en diensten is om die toegankelijkheid te verbeteren. Onder meer door het opzetten van een handelsmonitor, door de presentatie van gegevens op de themapagina Handel en horeca en door webartikelen. Meer informatie hierover is te vinden in hoofdstuk 7 'Publicaties'.

3.3 Bespreking van de lacunes

De wensen/lacunes zoals te vinden in tabel 2 zullen in het volgende hoofdstuk één voor één worden besproken. Bij de bespreking wordt dieper ingegaan op de volgende vragen:

- Wie is/zijn de aandrager(s) van de lacune?
- Context/achtergrond: waarom is de lacune van belang?
- Wat zijn de specifieke problemen?
- Is er al informatie beschikbaar (op Statline) om de lacune op te lossen?
- Aanpak: hoe kan de lacune worden opgelost?

4. Aanpak lacunes

In het hoofdstuk 'Informatiebehoefte en lacunes' is een overzicht gepresenteerd van lacunes in de handelsstatistieken, die zijn geïventariseerd bij interne en externe klanten. In dit hoofdstuk worden de lacunes één voor één besproken. Hierbij wordt dieper ingegaan op de aandrager en achtergrond van de lacune, het specifieke probleem, welke informatie al beschikbaar is op Statline en hoe de lacune opgelost kan worden.

4.1 Lacunes detailhandel

Lacune: kwartaalcijfers voor de ambulante handel

- *Lacune aandrager(s):* HBD
- *Context/achtergrond:* HBD vindt goede kwartaalcijfers voor de ambulante handel belangrijk.
- *Specificatie probleem:* Ambulante handel wordt waargenomen onder SBI 52.62a. Hieronder valt SBI 52.62 – markthandel en SBI 52.63 – straathandel, colportage e.d. De cijfers over de ambulante handel worden niet gepubliceerd op Statline, omdat ze niet betrouwbaar genoeg zijn. Het probleem van deze branche is dat de dekking van de steekproef vaak te laag is om plausibele resultaten te kunnen genereren. De ambulante handel bestaat vrijwel volledig uit bedrijven in grootteklasse 10–50¹⁾, met de huidige steekproefdekking is de marge om de ontwikkelingen echter te hoog.
- *Informatie al op StatLine:* Kwartaalcijfers voor de ambulante handel zijn wel beschikbaar vanaf het 1e kwartaal 2003 t/m het 4e kwartaal 2006.
- *Aanpak:*
Het CBS bekijkt in samenwerking met HBD en CVAH (brancheorganisatie voor de ambulante handel) of de uitkomsten van de ambulante handel plausibel en dus publicabel zijn. Splitsing van uitkomsten SBI 52.62 en SBI 52.63 wordt op dit moment niet beoogd. Uitkomsten voor de totale ambulante handel zijn voldoende.

Voor de ambulante handel zijn de populatie-aantallen in augustus 2007 opgenomen (zie tabel 3). De conclusie hiervan is dat er slechts 5 eenheden in grootteklasse 60–90 zitten. Als in 2008 blijkt dat in grootteklasse 10–50 de btw-registratie voor de ambulante handel met succes kan worden gebruikt ter vervanging van de eigen waarneming, zou deze lacune zonder al te veel extra inspanningen kunnen worden opgelost.

Tabel 3
Aantal bedrijven ambulante handel

Grootteklasse	Aantal bedrijven
90	0
80	1
70	1
60	3
50	17
40	86
30	419
20	4 028
10	9 690

1) Zie bijlage 1 voor een toelichting op het gebruik van de indeling naar grootteklasse.

Lacune: detailhandel in erotische artikelen

- *Lacune aandrager(s)*: HBD
- *Context/achtergrond*: HBD krijgt regelmatig verzoeken voor betrouwbaar cijfermateriaal over de detailhandel in erotische artikelen (BIK-code 524992). Dat is een branche waar naar verwachting hoge omzetten behaald worden, met name in de niet-winkelkanalen. Het HBD ziet graag dat ook voor deze branche omzetcijfers (en productie-statistieken) beschikbaar komen.
- *Specificatie probleem*: De detailhandel in erotische artikelen valt onder SBI 5249.9 – winkels gespecialiseerd in overige artikelen n.e.g. De SBI 5249.9 is een restgroep in de detailhandel die zeer heterogeen is. Deze groep bevat o.a. aanhangwagens, kunstbloemen, grafmonumenten, motorbenodigdheden en seksartikelen. Deze onderverdeling is nog te geaggregeerd om specifiek informatie te geven over de detailhandel in erotische artikelen.
- *Informatie al op StatLine*:
Voor sommige branches in de SBI 5249 zijn KS cijfers op 5 digit beschikbaar, niet voor de 5249.9. Tevens zijn er cijfers beschikbaar voor SBI 5247b – winkels in overige gespecialiseerde detailhandel (SBI 5247 – 5248 – 5249).

Voor SBI 5249 zijn geen PS-gegevens beschikbaar i.v.m. geheimhouding.

- *Aanpak*:
Het probleem van branches als de detailhandel in erotische artikelen is dat de dekking van de steekproef vaak te laag is om plausibele resultaten te kunnen genereren. Het gebruik van secundaire bronnen zou voor een branche als de detailhandel in erotische artikelen kunnen betekenen dat de dekking veel hoger wordt waardoor de cijfers betrouwbaarder worden. Als in 2008 blijkt dat in grootteklasse 10–50 voor de detailhandel in erotische artikelen de btw-registratie met succes kan worden gebruikt ter vervanging van de eigen waarneming, zou deze lacune zonder al te veel extra inspanningen kunnen worden opgelost.
- Binnen het CBS (project CoSBI – Coördinatie SBI-implementatie 2008) zijn er contacten met HBD over een uitsplitsing van postorderbedrijven (SBI 5261), dit wil zeggen een 5e digit toevoegen. Daarbij wordt onderzocht hoe andere EU landen met internetbedrijven in de detailhandel omgaan. Op basis van deze bevindingen wordt een voorstel gedaan. Het huidige voorstel voor onderverdeling van de postorderbedrijven:
 - Consumentenelektronica (zoals camera's en dvd-spelers);
 - Mode en textiel;
 - Computer, hardware en software;
 - Boeken, kranten en tijdschriften;
 - Muziek en dvd;
 - Levensmiddelen en persoonlijke verzorging;
 - Huis- en tuinartikelen en witgoed/huishoudelijke apparatuur;
 - Non-food algemeen assortiment;
 - Overige niet eerder genoemd (incl. sportartikelen en speelgoed).

Naar verwachting wordt in de detailhandel in erotische artikelen hoge omzetten behaald, vooral in de niet-winkelkanalen. Mogelijk kunnen de erotische artikelen meegenomen worden in de onderverdeling van de postorderbedrijven. Er wordt een aangepast voorstel gemaakt, waarin de erotische artikelen meegenomen worden. Dit voorstel wordt vervolgens met alle betrokken partijen besproken.

Lacune: Huisvestingskosten

- *Lacune aandrager(s)*: HBD en NWR

- *Context/achtergrond:* HBD en NWR hechten veel waarde aan het nader specificeren van de huisvestingskosten in het exploitatiebeleid. Deze kosten zijn opgebouwd uit huur, lease- en pachtkosten, energiekosten, reparatiekosten, onderhoudskosten, verzekeringspremies, onroerend goed belasting, milieueffingen en overige belastingen. Het meest waardevol voor HBD en NWR is een onderscheid naar:
 - Huur-, lease- en pachtkosten;
 - Energiekosten;
 - Belastingen;
 - Overige huisvestingskosten.

De voornaamste reden van de uitsplitsing zijn de energiekosten. De energiekosten staan op drie manieren in de belangstelling:

- Maatschappelijk verantwoord ondernemen, er is steeds meer aandacht voor duurzaam ondernemen (zoals zuiniger met energie omgaan);
 - Energiekosten zijn beïnvloedbaar door ondernemers, door allerlei maatregelen kunnen ze deze post drukken (in tegenstelling tot bijvoorbeeld huurlasten);
 - Energiekosten zijn de laatste jaren stevig gegroeid, maar feitelijk is dat zonder cijfers nog lastig aan te tonen.
- *Specificatie probleem:* De huisvestingskosten worden op een geaggregeerd niveau (huisvestingskosten en energiekosten) gepubliceerd. De energiekosten zijn momenteel niet te onderscheiden in het totale cijfer van de huisvestingskosten. De specificatie van huisvestingskosten wordt niet gepubliceerd, aangezien de specificaties niet betrouwbaar genoeg geacht worden. Dit hangt samen met het feit dat berichtgevers dit soort posten niet consequent invullen. Bij veranderingen blijkt bijvoorbeeld dat servicekosten het ene jaar onder energiekosten vallen en het andere jaar onder overige huisvestingskosten. Hierdoor wordt het moeilijk om tot continue reeksen te komen. Naar verwachting zal dit voor de PS 2006 alleen maar verslechteren, omdat door andere uitvraag²⁾ bedrijven nog minder zullen kijken naar hun opgave van een jaar eerder. Bovendien worden de specificaties alleen bij de bedrijven in grootteklasse 40–90 gevraagd. De specificaties van huisvestingskosten zijn wel van belang voor Nationale Rekeningen. Bijvoorbeeld doordat belastingen van invloed zijn op variabelen als toegevoegde waarde.
 - *Informatie al op StatLine:* De totale huisvestingskosten zijn beschikbaar. Hieronder vallen de kosten van huisvesting en de kosten van het energieverbruik voor de aandrijving van een krachtbron.
 - *Aanpak:* Onderzoeken of gaafmaken per post mogelijk is. Als blijkt dat dit mogelijk is kunnen HBD en NWR bedrijven (via brancheorganisaties) stimuleren om de post *specificatie huisvestingskosten* beter in te vullen, waardoor de kwaliteit van deze variabelen verbeterd kan worden. Als de kwaliteit verbeterd wordt kan overgegaan worden tot publicatie van de specificatie van huisvestingskosten.

Lacune: KS apotheken

- *Lacune aandrager(s):* Eurostat, CBS en EIM
- *Context/achtergrond:* Tot op dit moment zijn de KS-cijfers van de apotheken (SBI 5231) nog een witte vlek in de verplichte levering aan Eurostat.
- *Informatie al op StatLine:* n.v.t.

2) Vanaf statistiekjaar 2006 zijn de vragenlijsten voor de PS aangepast. Er wordt niet meer gevraagd naar de post totale huisvestingskosten, maar alleen naar de specificaties: energiekosten, huisvesting huur/lease, milieueffingen en zuiveringslasten, onroerendezaakbelasting en overige huisvesting.

- *Aanpak*: De omzetontwikkeling in de grootteklasse 10–50 wordt gebaseerd op de btw-registratie en die van grootteklasse 60–90 op eigen waarneming. De grootteklasse 60–90 telt ongeveer 20 bedrijfseenheden. De ambitie is om de eigen waarneming bij de apothekers met ingang van januari 2008 te starten. Vanuit het project 'KS en secundaire bronnen' worden voor de apothekers de omzetontwikkelingen in de grootteklasse 10–50 verstrekt. Het CBS zal deze dan in samenwerking met de bedrijfstakwerkgroep detailhandel analyseren. Mocht blijken dat de combinatie btw en eigen waarneming leidt tot een plausibele reeks, dan zou deze in de loop van 2008 kunnen worden gepubliceerd.

Lacune: omzet uitsplitsen naar omzetklasse

- *Lacune aandrager(s)*: HBD
- *Context/achtergrond*: HBD ziet ook veel toegevoegde waarde als de omzetcijfers (KS) uitgesplitst worden naar omzetklassen. Dus een indeling in lage, gemiddelde en hoge omzetklasse. Dat geeft veel meer inzicht in de prestaties van een branche: hoe doen bedrijven met een hoge omzet het ten opzichte van bedrijven met een lage omzet. Het gaat om een soort van benchmarking.
- *Informatie al op StatLine*: n.v.t.
- *Aanpak*: KS cijfers voor grootteklasse 10–50 worden in de toekomst gemaakt met behulp van btw. De vraag of omzetriveaus uit btw betrouwbaar zijn kan pas goed beantwoord worden na een degelijke analyse van de uitkomsten op basis van btw door de bedrijfstakgroepen. Tevens is het noodzakelijk om te beschikken over betrouwbare omzetriveaus per bedrijfseenheid om een uitsplitsing naar omzetklasse te maken. Onderzocht moet worden of de omzetriveaus per bedrijfseenheid betrouwbaar zijn. De bedrijven in grootteklasse 60–90 worden integraal (via primaire waarneming) waargenomen. Voor deze bedrijven zijn de omzetriveaus beschikbaar. Als blijkt dat de omzetriveaus voor alle grootteklassen bruikbaar zijn zal via HBD met de branches afgestemd worden waar de grenzen laag/midden/hoog moeten liggen.

Lacune: omzet detailhandel incl./excl. btw

- *Lacune aandrager(s)*: HBD
- *Context/achtergrond*: Voor de KS detailhandel wordt momenteel de omzet incl. btw gepubliceerd. HBD is voorstander van uitkomsten van omzetten excl. btw. Tevens wil HBD een jaar dubbellevering (omzet incl. en excl. btw) om eventuele trendbreuken op te vangen.
- *Informatie al op StatLine*: Voor de detailhandel zijn omzetcijfers incl. btw beschikbaar.
- *Aanpak*: Het CBS heeft besloten om de omschakeling van het meten van de omzet incl. btw naar de omzet excl. btw uit te stellen. Overwegingen hierbij zijn:
 - Meer voorbereidend onderzoek doen en een project 'omzet excl. btw' opzetten.
 - Implementatie van omzet excl. btw is wellicht beter te combineren met een basisverlegging en een overgang naar de SBI 2008.

Lacune: branchevervaging in de tabaksbranche

- *Lacune aandrager(s)*: NSO
- *Context/achtergrond*: De brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel NSO heeft aangegeven zich niet te herkennen in de CBS-cijfers.

- *Specificatie probleem:* Er zijn door NSO verschillen geconstateerd tussen cijfers van het NSO en CBS. Het NSO gaat uit van 1700 winkels in de tabaksbranche: 1 500 aangesloten winkeliers en 200 andere winkels (gemakswinkels). Het CBS gaat echter uit van 1 185 bedrijfseenheden in deze branche. Daarnaast ligt de omzet van tabakszaken volgens NSO rond de 1 miljard Euro. Dit is aanzienlijk hoger dan de CBS-omzet (ca. 700 miljoen). Naast verschillen in bedrijfsaantallen is er dus ook sprake van verschillende omzetniveaus. NSO zegt dat de tabaksbranche last ondervindt van de in hun ogen te lage CBS-cijfers.
- *Informatie al op StatLine:* Voor de winkels in tabaksproducten (SBI 5266) zijn kwartaalcijfers t/m 2004 beschikbaar.
- *Aanpak:* Het CBS heeft onderzoek gedaan naar de verschillen in de populaties van het CBS en NSO. Het blijkt dat een beperkt, maar niet verwaarloosbaar deel van de ondernemers die aangesloten zijn bij NSO door het CBS waargenomen wordt in andere SBI's dan de tabaksbranche. Het gaat met name om bedrijven die door het CBS getypeerd worden als winkels in boeken, tijdschriften, kantoorartikelen (SBI 5247). Vervolgonderzoek naar branchevervaging in de tabaksbranche met btw-omzet en productspecificaties uit de productiestatistieken is interessant, maar geniet op korte termijn niet de prioriteit.

Lacune: betrouwbare cijfers over het aantal vestigingen

- *Lacune aandrager(s):* EIM
- *Context/achtergrond:* EIM heeft behoefte aan betrouwbare cijfers over het aantal vestigingen.
- *Specificatie probleem:* Momenteel maakt EIM geen gebruik van de vestigingscijfers van het CBS, maar van cijfers van Locatus. De cijfers van Locatus wijken af van de CBS-cijfers. EIM acht de Locatus-gegevens meer betrouwbaar.

Er is onderzoek gedaan naar de achtergrond van de CBS vestigingscijfers. Bij het CBS is het bedrijf de basis van het register en niet de vestiging. Het Algemeen Bedrijvenregister (ABR) is primair bedoeld als steekproefkader voor diverse bedrijven-enquêtes. Wel kan van elk bedrijf vastgesteld worden op welk(e) adres(sen) bedrijfseenheden zijn gevestigd. De vestigingslocatie is dus als het ware een kenmerk van het bedrijf. Het CBS definieert per bedrijf het aantal vestigingen. De vestiging wordt gedefinieerd als elke afzonderlijk gelegen ruimte, terrein of complex van ruimten of terreinen benut door een bedrijf voor de uitoefening van activiteiten. Dit wordt geoperationaliseerd door werkadressen in dezelfde (volledige 6-cijferige) postcode samen te voegen. Het feit dat de vestiging enkel een kenmerk van het bedrijf is, maakt dat de telling op twee punten afwijkt van de verwachting:

1. Als er meerdere vestigingen op dezelfde 6-cijferige postcode zitten, dan worden ze als één vestiging geteld. Dit levert dan een onderschatting van het aantal vestigingen op.
2. Als echter één vestiging valt onder meerdere bedrijven, dan wordt de vestiging bij ieder bedrijf geteld en dus gezien als meerdere vestigingen. Dit levert dan een overschatting op.

De postcode is de enige informatie die het CBS heeft om het vestigingscijfers te bepalen.

Er zijn wel andere registers die de vestiging als basis van het register hebben. Zo gebruikt niet alleen Locatus, maar ook LISA (Landelijk Informatiesysteem van Arbeidsplaatsen en Vestigingen) de vestiging als basis van hun register. De Stichting LISA heeft ten doel het beschikbaar hebben van informatie over vestigingen en werkgelegenheid in geheel Nederland, primair ten behoeve van onderzoek en beleid.

- *Informatie al op StatLine:* Voor de detail- en groothandel zijn vestigingscijfers beschikbaar.

- *Aanpak:* Het CBS vindt net als externe partijen informatie over vestigingen belangrijk. Aangezien er andere registers zijn die de vestiging als basis van hun register hebben, is het niet wenselijk hiervoor extra informatie bij bedrijven uit te vragen. Wel is het CBS met externe partijen (KvK, VNO-NCW, MKB) in gesprek om tot een landelijk register van het aantal vestigingen en werkzame personen te komen en tot een gecoördineerde conjunctuurenquête. Mogelijk dat dit in de toekomst meer mogelijkheden biedt voor vestigingscijfers.

Lacune: gegevens over samenwerkingsverbanden

- *Lacune aandrager(s):* EIM
- *Context/achtergrond:* Juridische samenwerkingsverbanden (franchisenemers en inkoop-samenwerkingsverbanden) spelen een steeds grotere rol in de economie. Samenwerkingsverbanden zijn belangrijk voor de professionalisering en de concurrentiepositie van bedrijven. EIM heeft behoefte aan cijfers over samenwerkingsverbanden, onder andere het aantal franchisenemers en franchisegevers.
- *Specificatie probleem:* Indien een bedrijf een franchisenemer is, wordt er bij de Kamer van Koophandel altijd handelend onder de naam van (h.o.n.v.) vermeld. Bijvoorbeeld H. Janssen h.o.n.v. Jamin. Hierop kan in het handelsregister niet worden geselecteerd. Franchisenemers zitten dan bij het CBS als zelfstandigen in het ABR. Het samenwerkingsverband is dus geen kenmerk in het ABR, waardoor het niet mogelijk is om franchisenemers in het ABR te selecteren.
- *Informatie al op StatLine:* n.v.t.
- *Aanpak:* Via externe bronnen (zoals www.franchiseplus.nl en www.nfv.nl) een overzicht verkrijgen van franchisegevers en franchisenemers. Vervolgens onderzoeken of deze samenwerkingsverbanden goed in het bedrijvenregister zitten. Daarna onderzoeken of met behulp van microdata gegevens over franchisenemers gemaakt kunnen worden.

Lacune: gegevens over het betalingsverkeer

- *Lacune aandrager(s):* EIM
- *Context/achtergrond:* EIM hecht veel waarde aan gegevens over het betalingsverkeer. Er worden steeds meer verschillende betaalmiddelen gebruikt, het gaat om steeds meer betalingen en de waarde ervan gaat omhoog. Een goed beeld van het gebruik van de verschillende betaalmiddelen en de bonbedragen heeft het CBS niet.
- *Specificatie probleem:* Dit is een onderwerp dat op het terrein van De Nederlandsche Bank (DNB) ligt en niet op het gebied van het CBS.
- *Informatie al op StatLine:* Cijfers over het creditcardkrediet zijn beschikbaar.
- *Aanpak:* De Nederlandsche Bank (DNB) publiceert vanaf 2007 een kwartaalstatistiek over het Nederlandse retailbetalingsverkeer. Deze publicatie geeft onder andere zicht op het betaalmiddel en de waarde van de transacties.

Lacune: regionale cijfers

- *Lacune aandrager(s):* EIM, HBD en NWR
- *Context/achtergrond:* EIM, HBD en NWR zien graag regionale cijfers met betrekking tot de kortetermijn- en productiestatistieken voor de detailhandel.

- *Specificatie probleem:* Met betrekking tot de productiestatistieken heeft het CBS de verplichting om jaarlijks geregionaliseerde gegevens te verstrekken aan Eurostat. Deze gegevens worden niet gepubliceerd op Statline.
- De geregionaliseerde gegevens worden gemaakt met behulp van een eenvoudige modelschatting. Uit vestigingsinformatie kan de totale fractie van het aantal werkzame personen in de regio voor een bepaalde branche ten opzichte van het landelijke totaal worden berekend. Deze fractie wordt gebruikt om te bepalen welk deel van de totale landelijke 'omzet' en 'loonsom' wordt toegeschreven aan een bepaalde regio.
- De regionale gegevens worden op SBI 2-digit niveau aan Eurostat geleverd. Op een lager niveau is de kwaliteit te laag en zijn er teveel problemen met geheimhouding. Hoewel er wel geregionaliseerde gegevens voor enkele variabelen aan Eurostat worden geleverd is over de kwaliteit van deze gegevens weinig bekend.

Het CBS heeft geen verplichting aan Eurostat om regionale cijfers met betrekking tot kortetermijnstatistieken te leveren. Echter vanuit externe klanten wordt wel vaak gevraagd naar deze regionale cijfers.

- *Informatie al op StatLine:* n.v.t.
- *Aanpak:*
 - In plaats van het gebruik van steekproeven zoveel mogelijk gebruik maken van secundaire bronnen: btw, VIS, WiA, EWL en als extra hulpmiddel LISA (Landelijk Informatie Systeem Arbeidsplaatsen) die regionale vestigingenregistraties met daaraan gekoppelde werkgelegenheidsgegevens levert.
 - Wellicht wordt in de toekomst binnen het project 'KS en secundaire bronnen' onderzocht of btw-omzetten gebruikt kunnen worden voor het maken van regionale cijfers. Dit zal waarschijnlijk moeilijker worden naarmate de grootteklasse toeneemt: meer complexe bedrijfseenheden (meerdere filialen verspreid over meerdere regio's).
 - Een alternatief voor het btw-gebruik is wellicht het gebruik van scannerdata. Scannerdata bevat informatie per winkelfiliaal. Uit de bestanden komt ook informatie over de locatie van de filialen, hiermee kunnen regionale gegevens gemaakt worden. Momenteel zijn alleen scannerdata beschikbaar van een beperkt aantal supermarktketens. Als in de toekomst scannerdata van meer ketens en meer branches beschikbaar komen is er een mogelijkheid tot regionale cijfers.

4.2 Lacunes groothandel

Lacune: KS groothandel

- *Lacune aandrager(s):* Eurostat, NVG
- *Context/achtergrond:* Er zijn weinig cijfers over de groothandel, maar het belang van de groothandel is wel erg groot. De omzet van de groothandel is driemaal zo groot als de omzet van de detailhandel. NVG wil KS-cijfers voor de groothandel. Tevens is de KS voor de groothandel een verplichte levering aan Eurostat.
- *Informatie al op StatLine:* Kwartaalcijfers voor de groothandel zijn alleen beschikbaar voor 1995 t/m 1999.
- *Aanpak:* Op dit moment wordt gewerkt aan de analyse van de uitkomsten voor de KS groothandel. Ontwikkelingen omtrent de KS groothandel:
 - Expertise vanuit de branches is noodzakelijk: overleg met NVG om cijfers te toetsen.
 - De verwachting is dat aan het eind van het 1e kwartaal 2008 tot publicatie op StatLine kan worden overgegaan. Het gaat om uitkomsten over de periode 1e kwartaal

2003 t/m heden. In eerste instantie op het verplichte niveau van levering aan Eurostat (SBI 3-digit), later zullen uitkomsten van homogene en interessante bedrijfsklassen worden gepubliceerd.

- Toekomst: gezamenlijke publicaties CBS en NVG (kwartaalbericht).

Lacune: internationale karakter groothandel

- *Lacune aandrager(s)*: NVG
- *Context/achtergrond*: NVG vindt het belangrijk dat de handelsstromen (import, export en doorvoer) goed in kaart gebracht worden, dit vanwege het internationale karakter van de groothandel. De internationale rol van de groothandel blijkt uit het gegeven dat de groothandel een aandeel van ruim één derde van het totale Nederlandse handelsvolume voor zijn rekening neemt.
- *Specificatie probleem*:
 - In de PS van de groothandel wordt gevraagd naar 'netto-omzet naar afzetgebied' uitgesplitst naar buitenland (totaal van export en transitohandel (= doorvoerhandel) naar het buitenland) en binnenland. Dit wordt gepubliceerd op StatLine. Tevens wordt gevraagd naar een specificatie van 'inkoopwaarde handelsgoederen': groothandelsgoederen (incl. import- en transitohandel vanuit het buitenland) en detailhandelsgoederen. Deze specificatie wordt niet gepubliceerd.
 - Bij internationale handel is niet bekend welk deel van de export geschiedt via de groothandel, enkel de export van verschillende productgroepen is bekend. Er zijn bij internationale handel geen bedrijfseenheden bekend waardoor een koppeling met de groothandel erg moeilijk is.
- *Informatie al op StatLine*: Voor de groothandel is de netto-omzet naar afzetgebied beschikbaar.
- *Aanpak*: Het internationale karakter van de groothandel is erg belangrijk. Wellicht dat dit onderwerp meegenomen kan worden in het deelproject 'internationale handel' in 2008.

Lacune: dienstenactiviteiten in de groothandel

- *Lacune aandrager(s)*: Ministerie van Economische Zaken
- *Context/achtergrond*: Veel groothandelaren bevinden zich in een transformatieproces van koopman naar serviceprovider. Dit betekent dat de groothandel naast groothandelsactiviteiten ook steeds meer diensten gaat aanbieden, zoals servicecontracten, logistieke diensten, financiering, scholing, etc. De groothandel kan hiermee zijn toegevoegde waarde aantonen en vergroten (Ministerie van Economische Zaken, 2005). De wens van EZ is om die dienstenactiviteiten van de groothandel in kaart te brengen.

- *Specificatie probleem*:

Aanbod- en gebruiktabellen

De aanbod- en gebruiktabellen van NR geven op geaggregeerd niveau informatie over de relatie tussen handel en dienstverlening.

- De *productie* van zakelijke diensten: de zakelijke diensten zijn voornamelijk producten van de sector zakelijke dienstverlening, maar ook de sector handel produceert in meer of mindere mate zakelijke diensten. Deze komen uit de aanbodtabel van NR. Uit tabel 4 blijkt dat bedrijven in de sector handel (detail- en groothandel) naast handelsactiviteiten ook zakelijke diensten produceren, namelijk 2,6 procent van hun totale productie. De informatie in deze tabel is op een te geaggregeerd niveau

(detail- en groothandel), waardoor het niet mogelijk is om de informatie over het aanbieden van diensten door de groothandel te geven.

- Daarnaast staat in de aanbod- en gebruiktabel het *gebruik* van zakelijke diensten: bedrijven kopen zakelijke diensten in, omdat die nodig zijn voor hun eigen bedrijfsvoering. Uit tabel 4 blijkt dat handelaren ook diensten inhuren van derden, namelijk bijna 14 procent van de totale productie in de handel.

Om een totaalbeeld te vormen van de dienstenactiviteiten van de groothandel wordt naast de wens van EZ ook ingegaan op het feit dat groothandelaren diensten inhuren van derden.

Tabel 4
Relatie handel en dienstverlening (voorlopige cijfers 2006)

	Industrie		Zakelijke dienstverlening		Handel		Autobranche	
	SBI 15–37		SBI 72–74		SBI 51–52		SBI 50	
	mln euro	%	mln euro	%	mln euro	%	mln euro	%
Output								
Productie (basisprijzen)	253 208	100	103 136	100	93 849	100	15 469	100
w.v. zakelijke diensten	8 251	3	96 936	94	2 420	3	819	5
Input								
Productie (basisprijzen)	253 208	100	103 136	100	93 849	100	15 469	100
Toegevoegde waarde	63 087	25	57 545	56	53 818	57	7 593	49
Intermediaire goederen	190 121	75	45 591	44	40 031	43	7 876	51
w.v. zakelijke diensten	23 176	9	26 090	25	12 942	14	1 386	9

Bron: CBS, Nationale Rekeningen.

Tabel 4 geeft informatie over de relatie tussen klant en leverancier, echter dit is op een te geaggregeerd niveau.

Naast het probleem te bekijken op macro-niveau (aanbod- en gebruiktabellen van NR) kan het probleem ook op meso-niveau (PS groothandel en PS dienstverlening) worden bekeken.

Groothandel

- Het zelf aanbieden van diensten door groothandelaren wordt niet waargenomen op de PS van de groothandel.
- Wat betreft het gebruik van diensten wordt in de PS van de groothandel (t/m 2005) gevraagd naar ‘kosten dienstverlening door derden’, uitgesplitst naar bankkosten, verzekeringspremies, kosten accountants / rechtshulp / advies, automatisering- en computerdiensten, vuilafvoer en -verwerking en overige kosten dienstverlening door derden. Deze specificatie wordt niet gepubliceerd op Statline in verband met de betrouwbaarheid. Vanaf 2006 is de vragenlijst van de PS groothandel gewijzigd. De specificatie van kosten dienstverlening door derden is van de vragenlijst afgehaald. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat deze specificatie niet relevant is voor Eurostat dan wel voor NR.

Dienstverlening

- Een andere manier om te kijken naar het gebruik van diensten door de groothandel is om aan dienstverlenende bedrijven te vragen welk deel van de diensten aan de groothandel wordt geleverd. Echter op de PS voor de dienstverlening wordt niet gevraagd naar een specificatie van de omzet naar afnemer.
- *Informatie al op StatLine:* Hieronder vallen de bankkosten, aan derden afgedragen premies voor verzekeringen, kosten accountants / administratie / advies / rechtshulp e.d., automatisering- en computerdiensten door derden en kosten vuilafvoer en vuilverwerking.

- *Aanpak:*
Om de dienstenactiviteiten in de groothandel goed in kaart te brengen is een onderzoek noodzakelijk.
 - Nationale Rekeningen betrekken in dit onderzoek:
 - Geeft de omzet uit diensten in de groothandel relevante informatie voor NR?
 - De aanbod- en gebruikstabellen van NR geven informatie over de relatie klant–leverancier, maar op een te geaggregeerd niveau. Van NR meer duidelijkheid krijgen over de informatie die te halen is uit de aanbod- en gebruikstabellen. Is het mogelijk om de informatie over de handel te splitsen naar detailhandel en groothandel?
 - Onderzoeken of het wenselijk is om vragen toe te voegen op PS vragenlijsten.
 - Om een beter beeld te krijgen van de productie van diensten in de groothandel: het toevoegen van de vraag ‘omzet uit geleverde diensten’ op de PS van de groothandel.
 - Om een beter beeld te krijgen van het gebruik van diensten in de groothandel: het toevoegen van de specificatie kosten dienstverlening door derden op de PS van de groothandel en het toevoegen van een omzetspecificatie naar afnemer op de PS van dienstverlenende bedrijven.
- In verband met de administratieve lastendruk van bedrijven zal deze oplossing niet de voorkeur hebben.

In 2008 vindt er een soortgelijk onderzoek plaats naar de ‘verwevenheid van industrie en dienstverlening’. Naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek wordt besloten of de lacune ‘dienstenactiviteiten in de groothandel’ wordt opgepakt.

4.3 Overige lacunes

Lacune: e-commerce

- *Lacune aandrager(s):* EIM
- *Context/achtergrond:* De afgelopen jaren kende e-commerce een ongekennde opmars in Nederland. Steeds meer mensen doen aankopen via internet. Hier is echter nog weinig statistische informatie over beschikbaar. Het aandeel van de online verkopen in de totale detailhandelsomzet is nog beperkt, maar zal in de komende vijf jaar naar verwachting toenemen tot bijna 10 procent.

E-commerce speelt een belangrijke rol bij het in kaart brengen van de economische ontwikkelingen en de dynamiek. Tevens zal de omzet in de detailhandel door consumer-to-consumer handel wellicht hoger zijn.

- *Specificatie probleem:*

1. Internetwinkel

Internetwinkels worden waargenomen onder SBI 5261 – postorderbedrijven.

2. Verkopen via verkoopkanaal internet

In de PS over de detailhandel en groothandel wordt wel ieder jaar gevraagd hoeveel er via internet wordt verkocht (zie hieronder), maar hierover wordt niets gepubliceerd.

- Detailhandelsomzet naar verkoopkanaal:
 - Winkelverkopen
 - Warenmarktverkopen
 - Postorderverkopen
 - *Verkopen via internet of andere elektronische netwerken*
 - Overige ambulante handel
- Groothandelsomzet naar verkoopkanaal
 - *Verkopen via internet of andere elektronische netwerken*
 - Verkopen via andere verkoopkanalen

In het verleden is er een onderzoek gedaan naar het verschuiven van de verkopen van het traditionele verkoopkanaal 'in winkel' naar 'internet'. Dit aandeel neemt ieder jaar fors toe zo blijkt uit dit onderzoek uitgevoerd door het CBS (Mellema e.a., 2005). De data over 'verkoop via verkoopkanaal internet' zijn niet publicabel. Momenteel wordt eraan gewerkt om deze problemen op te lossen. Een bijkomend probleem is dat veel van de omzetten toegekend worden aan 'overige verkopen' waardoor de huidige internetverkopen nu waarschijnlijk onderschat worden.

3. Consumer-to-consumer handel (Marktplaats en Ebay)

De goederen die verhandeld worden gaan van consument naar consument; er is geen detailhandel bij betrokken. De omzet van de verhandelde goederen op Marktplaats en Ebay wordt echter niet door het CBS waargenomen. Het CBS meet slechts de ondernemersomzet van Marktplaats en Ebay. Dit is de omzet die wordt behaald uit het ter beschikking stellen van advertentieruimte op internet.

Daarnaast is het de vraag in welke SBI Marktplaats en Ebay vallen. Postorders en internetverkopen, veilingen, computerservicebureaus (SBI 7240 databanken: daar zitten ze nu op een verkeerde plek), handelsbemiddeling lijken allemaal niet helemaal de lading te dekken.

– Informatie al op StatLine:

- Internetwinkels (SBI 5261)
 - Kortetermijnstatistieken
 - Productiestatistieken (t/m 2002 en 2005)
- E-commerce, in- en verkoopknelpunten, 2000
 - Inkoopknelpunten
 - Verkoopknelpunten
- E-commerce, in- en verkoopmotieven, 2001
- Verkopen en inkopen via internet, 2005
- Omzet behaald door internet, 2005

Meer informatie over internetverkopen is te vinden op www.thuiswinkel.org.

– Aanpak:

Verkopen via verkoopkanaal internet

Het CBS gaat zich in de tweede helft van 2008 bezighouden met een onderzoek naar verkopen via internet. Eerst inventariseren waar het voorkomt en daarna proberen het te kwantificeren.

Consumer-to-consumer handel

In het meerjarenprogramma 2009–2013 wordt mogelijk een nieuw speerpunt 'sociale en economische gevolgen van internet' opgenomen. De doelstelling van dit speerpunt is om op samenhangende wijze statistieken te ontwikkelen over internetgebruik en gevolgen daarvan op zowel economische als sociale terreinen. Er wordt onder andere antwoord gegeven op de vraag 'in hoeverre doen consumenten aan inkopen via internet?' De lacune over consumer-to-consumer handel kan mede als argument dienen voor het starten van dit speerpunt. Als het speerpunt daadwerkelijk in 2009 van start gaat, kan deze lacune mogelijk hierbinnen opgepakt worden.

Lacune: kenmerken van werknemers

- *Lacune aandrager(s):* Europese Commissie en VNO-NCW
- *Context/achtergrond:* Ten aanzien van statistische informatie omtrent werknemers hebben de Europese Commissie en VNO-NCW aangegeven dat er behoefte is aan frequentere en gedetailleerdere informatie over werknemers.
- *Specificatie probleem:*
 - Volgens de Europese Commissie is het niet voldoende om alleen te kijken naar statistische informatie over het aantal werkzame personen. Er is meer gedetail-

leerde informatie nodig over kenmerken van werknemers zoals het opleidingsniveau, werkervaring, leeftijd en geslacht.

- VNO-NCW heeft te kennen gegeven dat er te weinig statistische informatie te vinden is over de verschillende branches binnen de handel en dienstverlening. De wens hierbij is om meer gedetailleerdere statistische informatie te krijgen over het aantal werknemers en het aantal autochtone/allochtone werknemers.

– *Informatie al op StatLine:* n.v.t.

- *Aanpak:* Uit intern overleg is naar voren gekomen dat deze lacune opgelost zou kunnen worden met behulp van data uit het Sociaal Statistisch Bestand (SSB). Het SSB is een stelsel van koppelbare registers en enquêtes die onderling op elkaar zijn afgestemd en consistent zijn gemaakt. Het SSB is gebaseerd op registraties van onder andere gemeenten, de belastingdienst en de Uitvoeringsorganisatie Werknemersverzekeringen (UWV) en bevat integrale gegevens over personen, banen en uitkeringen.

Met behulp van het SSB is het uiteindelijk mogelijk om op een gedetailleerder niveau kenmerken van werknemers te publiceren. Het gaat om de volgende kenmerken/variabelen:

- Totaal aantal werkzame personen;
- Aantal vrouwen;
- Aantal allochtonen en autochtonen;
- Aantal 50-plussers;
- Aantal laagbetaalden en hoogbetaalden;
- Aantal nieuwe werkzame personen, blijvers en baanwisselaars.

Het gaat om een beschrijving van de kenmerken van werknemers voor de detail- en groothandel (SBI 51 en 52). De informatie is beschikbaar voor alle detailniveaus, variërend van 2 tot en met 5 SBI-digit voor de periode 1999 t/m 2005.

In 2007 is een onderzoek uitgevoerd naar de kenmerken van werknemers binnen de commerciële dienstverlening. Naar aanleiding van de resultaten van dit onderzoek wordt besloten of de lacune 'kenmerken van werknemers' voor de detail- en groothandel wordt opgepakt.

Lacune: tijdreeksen

- *Lacune aandrager(s):* Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP), CBS / speerpunt *lange tijdreeksen*.
- *Context/achtergrond:* Voor veel gebruikers blijkt het van belang te kunnen beschikken over lange consistente tijdreeksen zonder breuken en zonder uitval van variabelen.
- *Informatie al op StatLine:* Voor de detail- en groothandel is de tijdreeks economische demografie beschikbaar voor de periode 1983 t/m 2006.
- *Aanpak:* Geaggregeerde gegevens uit de basisstatistieken vanaf 1987 worden verzameld voor een beperkt aantal hoofdvariabelen uit de PS van handel. De trendbreuken die daarin voorkomen worden opgelost en de ontbrekende jaren worden ingeschat. Deze lacune wordt opgepakt in het deelproject *Tijdreeksen* in 2008.

Lacune: aansluiting micro-, meso- en macro-gegevens

- *Lacune aandrager(s):* Centraal Planbureau (CPB) en Rijksuniversiteit Groningen (RUG).
- *Context/achtergrond:* Aansluiting tussen micro-, meso- en macro-gegevens is een veel geuite wens. PS en NR hanteren verschillende begrippen en er komen verschillende cijfers uit.

- *Specificatie probleem:* De macrocijfers die in de Nationale Rekeningen worden gepresenteerd zijn samengesteld op basis van verschillende bronstatistieken. De begrippen die in de bronstatistieken worden gehanteerd wijken soms af van de begrippen van de Nationale Rekeningen. Om het nationale huishoudboekje sluitend te krijgen worden posten bijgeschat die in de bronstatistieken niet voorkomen, zoals zwart werken. Dit betekent dat de cijfers die op basis van de bronstatistieken worden gepubliceerd niet altijd terug te vinden zijn in de Nationale Rekeningen.
- *Informatie al op StatLine:* n.v.t.
- *Aanpak:* Begin 2008 zal een document verschijnen dat meer inzicht geeft in het statistische proces van de handelsstatistieken.

Lacune: budgetonderzoek

- *Lacune aandrager(s):* HBD
- *Context/achtergrond:* HBD heeft een aantal wensen ten aanzien van het Budgetonderzoek (BO): vasthouden aan verkoopkanaal internet en het scheiden van de branches.
- *Specificatie probleem:*
 - *Vasthouden aan verkoopkanaal internet*
Het CBS is van plan het kanaal internet te verwijderen uit het Budgetonderzoek, onder meer omdat moeilijk onderscheid is te maken naar aankopen via een internetwinkel en aankopen via internet van een fysieke winkel. Bij het verwijderen van het kanaal internet verdwijnt het zicht op internetverkoop echter compleet. Het HBD stelt daarom voor om het kanaal internet te behouden en desnoods te verduidelijken voor de respondent.
 - *Scheiden van branches*
In het Budgetonderzoek komt een aantal samenvoegingen van branches voor: drogistrijen en parfumerieën, opticiens en juweliers, bloemenwinkels, tuincentra en dierenpeciaalzaken. Het HBD zou graag zien dat die branches als aparte kanalen worden opgenomen in het Budgetonderzoek, vooral omdat ze veelal concurrenten van elkaar zijn en momenteel geen zicht is op hun marktaandelen.
- *Informatie al op StatLine:*
Resultaten van het Budgetonderzoek: bestedingen naar huishoudkenmerken.
- *Conclusie:*
In de periode dat het Budgetonderzoek werd gereviseerd is ook gekeken naar de lijst van winkeltypes. Uiteindelijk is na overleg met de belangrijkste klanten van het Budgetonderzoek (waaronder HBD) tot de huidige lijst van winkeltypes gekomen. Daarbij is zoveel mogelijk rekening gehouden met de afzonderlijke wensen. De belangrijkste reden om internet af te schaffen als winkeltype was: *op welke wijze de consument de aankoop doet is eigenlijk niet interessant; of dat nu in de winkel, via het internet, telefonisch of fax is. Het gaat erom waar.*

Op korte termijn is het dan ook niet mogelijk om het verkoopkanaal internet in het Budgetonderzoek te onderscheiden: de invoer/typering van de Budgetonderzoeken 2005 t/m 2007 is afgerond en in bewerking. Voor toekomstige Budgetonderzoeken wordt ernaar gestreefd om in verband met tijdreeksen (en andere gebruikers) zoveel mogelijk typering constant te houden.

Lacune: het bijwerken van het inschrijfformulier van de Kamer van Koophandel (KvK)

- *Aandrager(s):* HBD en NWR

- *Context/achtergrond:* De KvK speelt een sleutelrol in de statistieken van het CBS en HBD. Zolang het KvK-bestand niet compleet is en niet actueel wordt bijgehouden, heeft dat gevolgen voor de statistieken. Ten aanzien van de KvK en daaruit vloeiende SBI-codering hebben HBD en NWR een aantal specifieke wensen en opmerkingen.
- *Specificatie probleem:*
 - Een aparte invulmogelijkheid voor internetbedrijven bestaat niet. Onduidelijk is daarom hoe groot het aantal internetbedrijven werkelijk is. Het HBD en NWR zien daar graag verandering in.
 - In de codering rekening houden met zowel producten als kanalen. Met andere woorden: ondernemers kunnen op het inschrijfformulier opgeven welke producten ze verkopen, en via welke kanalen³⁾ ze dat doen. Momenteel is een bedrijf pas een internetbedrijf als het voor de volle 100 procent aan internetverkoop doet. HBD stelt het volgende voor: niet alleen voor de winkelverkoop een uitsplitsing maken naar type producten (branches), maar ook voor internetverkoop. Zodoende kan duidelijk worden in welke branches de internetverkoop actief is en op welke schaal.
 - Wanneer een bedrijf zich inschrijft in het register van de KvK, kent een medewerker van de KvK dat bedrijf toe aan een bepaalde branchecode. Indien een ondernemer opgeeft drie producten te gaan verkopen kan de KvK-medewerker dat bedrijf mogelijk indelen bij drie verschillende branches. Het is nog maar de vraag of die indeling niet sterk afhankelijk is van de KvK-medewerker. Het HBD en NWR willen daar graag inzicht in hebben.
 - Een ander belangrijk punt is het up to date houden van het KvK-register. Onduidelijk bij HBD en NWR is of en hoe dat momenteel plaatsvindt. Worden wijzigingen in activiteiten doorgegeven en verwerkt? Dit is ook van groot belang voor de kwaliteit van de CBS-statistieken. HBD en NWR achten het van essentieel belang dat de registratie van ondernemingen periodiek wordt gecontroleerd en geupdate.
- *Informatie al op StatLine:* n.v.t.
- *Aanpak:* De wensen van HBD en NWR worden meegenomen in het project over de typeermodule. In dit project wordt de functionaliteit ontwikkeld waarmee door de KvK op een betere manier de hoofdactiviteit van de ondernemingen kan worden bepaald. Het is de bedoeling dat de KvK de typeermodule in het tweede kwartaal van 2008 gaat gebruiken. Deze module typeert op BIK⁴⁾, zodat altijd een schakeling naar de nieuwe SBI mogelijk is. De KvK gaat pas op 1 januari 2009 over op de nieuwe SBI 2008.

4.4 Conclusie

In dit hoofdstuk is een uiteenzetting gegeven van de wijze waarop de lacunes met betrekking tot de handelsstatistieken opgelost kunnen worden. Een deel van de wensen wordt op redelijk korte termijn opgelost door de invoering van het btw-gebruik bij het maken van de kortetermijnstatistieken. Een aantal van de wensen wordt door verschillende taakgroepen binnen het CBS opgepakt. De wens naar 'gegevens over het betalingsverkeer' wordt al uitgevoerd door DNB. Voor het resterende deel van de wensen is verder onderzoek noodzakelijk. Het oplossen van de lacunes is afhankelijk van de beschikbare capaciteit en prioritering in 2008. Tabel 5 laat zien door wie en wanneer de lacunes opgelost worden.

3) Kanalen: alleen winkel, zowel winkel als internet, zowel winkel als ambulante handel, alleen internet, etc.

4) De kamers van koophandel geven iedere inschrijving in het Handelsregister een code waarmee de activiteit wordt aangeduid, de BIK-code (Bedrijfsindeling kamers van koophandel). De hoofddeling van SBI en BIK komt overeen. Het verschil is dat de kamers van koophandel in BIK nog meer groepen onderscheiden.

Tabel 5
Aanpak lacunes

Lacunes	Binnen CBS	Vervolgprojecten/ speerpunt	Overig
Detailhandel			
Kwartaalcijfers ambulante handel	HEcS– btw		
Omzetcijfers handel erotische artikelen	HEcS– btw		
Specificatie huisvestingskosten		deelproject handel 2008	
KS apotheken	HEcS– btw		
Omzet uitsplitsen naar omzetklasse			toekomst
Omzet incl./excl. btw	HEcS– btw		
Brancheervaging tabaksbranche			toekomst
Betrouwbare cijfers over vestigingen			LISA/Locatus
Gegevens samenwerkingsverbanden			toekomst
Gegevens betalingsverkeer			DNB
Regionale cijfers			toekomst
Groothandel			
KS groothandel	SHT en FES		
Internationale karakter groothandel		deelproject international handel 2008	
Dienstenactiviteiten in groothandel			toekomst
Overige			
E-commerce	FES– 2e helft 2008		
Kenmerken van werknemers		deelproject handel 2008	
Tijdreeksen		deelproject tijdreeksen 2008	
Aansluiting micro-meso-macro		speerpunt begin 2008	
Budgetonderzoek	SAH		
Kamer van Koophandel	BRB		
Handelsmonitor		deelproject handel 2008	
Scannerdata		deelproject handel 2008	

5. Secundaire bronnen

Het CBS hanteert als uitgangspunt bij het maken van statistieken dat er zoveel mogelijk gebruik wordt gemaakt van secundaire bronnen. Dit hoofdstuk geeft een overzicht van de huidige en nieuwe secundaire bronnen die gebruikt kunnen worden bij de productie van handelsstatistieken. Dit betreft de reeds bij het CBS beschikbare secundaire bronnen zoals WALVIS, WiA, NTP en btw en een nieuwe secundaire bron, namelijk scannerdata.

5.1 Reeds bij het CBS beschikbare secundaire bronnen

Voor de inventarisatie van de reeds beschikbare secundaire bronnen voor de handelsstatistieken is gebruik gemaakt van het 'projectrapport 2006' van het speerpunt *Handel en diensten*. Dit projectrapport geeft een overzicht van de secundaire bronnen voor de totale dienstverlening, waarvan de SBI's 51–52 (groothandel en detailhandel) deel uitmaken. Voor informatie over het Nederlands Taxonomie Project (NTP) is gebruik gemaakt van de 'overzichtsnotitie Nederlands Taxonomie Project'. Wat betreft informatie over btw is gebruik gemaakt van de onderzoeksrapportages van het project HEcS.

5.1.1 *Wet Administratieve Lasten Verlichting In Sociale verzekeringen*

De Wet Administratieve Lasten Verlichting In Sociale verzekeringen (WALVIS) regelt de vereenvoudiging van de wet- en regelgeving op het terrein van werknemersverzekeringen en is van grote invloed op de salarisadministratie bij bedrijven. Voor het bedrijfsleven én voor het CBS betekent dit een belangrijke stap voorwaarts.

De informatie die het CBS uit het register WALVIS krijgt, werd voorheen door het CBS via de enquête werkgelegenheid en lonen (EWL) verkregen. In deze enquête werden gegevens over banen, lonen en arbeidsduur uitgevraagd bij ongeveer 80 duizend bedrijven.

Met ingang van het derde kwartaal van 2006 is deze enquête stopgezet. Werkgevers doen sinds 1 januari 2006 bij elke salarisbetaling één aangifte bij de Belastingdienst. Deze aangifte bestaat uit een deel dat betrekking heeft op collectieve gegevens (geaggregeerd per aangifte-eenheid) en een deel dat betrekking heeft op nominatieve gegevens per dienstverband of uitkeringsrelatie. De Belastingdienst is voor bedrijven 'het loket' voor deze loonaangiften en heeft daarnaast een registratie met de collectieve aangiften. Het UWV beheert de zogenoemde polisadministratie, waarin de gegevens van werknemers en dienstverbanden worden opgeslagen. De polisadministratie dient uit te groeien tot de basisregistratie van op naam gestelde arbeidsverhoudingen, loongegevens en uitkeringen als gevolg van de werknemersverzekeringen.

Zoals hierboven genoemd biedt WALVIS veel mogelijkheden, maar momenteel is er nog een aantal knelpunten bij het gebruik.

5.1.2 *Winstaangifte-registratie*

De term winstaangifte (WiA) wordt gehanteerd voor de elektronische winstaangifte van ondernemers. De wettelijke verplichting om elektronisch aangifte te doen geldt voor:

- Natuurlijke personen die winst uit onderneming genieten (inkomstenbelasting): het betreft ondernemingen in de vorm van een eenmanszaak, een vennootschap onder firma, een maatschap of een commanditair vennootschap.
- Ondernemingen in de vennootschapsbelasting: het betreft ondernemingen die hun activiteiten uitoefenen in de vorm van een Naamloze Vennootschap of een Besloten Vennootschap.

Vanaf 1 januari 2005 zijn ondernemers verplicht hun aangifte elektronisch te doen. Het CBS krijgt vanaf 1 januari 2006 (over de periode vanaf het jaar 2004) de aangiftegegevens geleverd van de Belastingdienst. In de WiA-registratie wordt niet alleen informatie opgenomen van BV's en NV's, zoals in het Vennootschap Informatie Systeem (VIS) het geval is, maar ook van eenmanszaken, vennootschappen onder firma, maatschappen of commanditaire vennootschappen. Onlangs is de Pilot Registergebruik rondom WiA afgerond. Een van de conclusies is dat qua inhoud en tijdigheid van levering voorlopig dezelfde problemen optreden, zoals die al vanuit VIS bekend waren. Ook zullen op procesmatig gebied problemen moeten worden verholpen en acties moeten worden ondernomen om WiA op termijn geschikt te maken voor statistiektoeepassingen.

Zodra deze problematiek rondom WiA kan worden opgelost, biedt dat het CBS gigantisch veel mogelijkheden. Met behulp van btw en Vennootschapsbelasting is namelijk in 2004 al een reductie van bijna 16 duizend vragenlijsten voor de productiestatistiek in het midden- en kleinbedrijf bewerkstelligd. Omdat veel kleine bedrijven (bijvoorbeeld eenmanszaken) geen Vennootschapsbelasting betalen werd er met name bij 24 dienstverlenende branches (kerncellen) geen resultaat geboekt. Binnen dienstverlenende branches wordt namelijk een groot gedeelte van de omzet behaald door bedrijven die niet onder de Vennootschapsbelasting vallen, maar onder de inkomstenbelasting. Omdat deze kleine bedrijven wel in de WiA-registratie (Vennootschaps- én Inkomstenbelasting) zitten, kunnen de meeste variabelen die worden uitgevraagd op het omslagvel van de PS in principe uit secundaire bronnen worden afgeleid. De balans, winst- en verliesrekening en de fiscale winstberekening zijn volledig geïntegreerd in de elektronische aangifte.

5.1.3 Nederlandse Taxonomie Project

Het CBS heeft in samenwerking met de Belastingdienst, Kamers van Koophandel, Ministerie van Justitie, Ministerie van Financiën en het bedrijfsleven de Nederlandse taxonomie (woordenboek van termen en hun relaties) ontwikkeld. Het doel daarvan is om te komen tot lastenverlichting voor bedrijven: bedrijven hoeven hun gegevens slechts één keer samen te stellen. Voor het samenstellen en elektronisch verzenden van de gegevens wordt gebruik gemaakt van XBRL (eXtensible Business Reporting Language): een soort financiële taal voor het gestructureerd en gestandaardiseerd verzamelen en uitwisselen van financiële en zakelijke informatie.

In juni 2006 is door overheids- en marktpartijen een convenant van samenwerking getekend. In dit convenant is afgesproken dat partijen per 1 januari 2007 in staat zijn om Nederlandse Taxonomie Project (NTP) gegevens te kunnen ontvangen en verwerken (als overheidspartij) of te versturen (als marktpartij).

Sinds 1 januari 2007 kunnen bedrijven een groot deel van hun rapportages aan de overheid opstellen met behulp van de Nederlandse taxonomie. Tevens is berichtenuitwisseling met Kamers van Koophandel, het CBS en de Belastingdienst mogelijk. Voor het CBS gaat het om gegevens met betrekking tot financieel-economische variabelen van de productiestatistiek, kortetermijnstatistiek (onder andere voor de handel), investeringsstatistiek en statistiek financieën kleine ondernemingen. De 'scope' van de taxonomie dekt niet alle variabelen die vallen onder de hierboven genoemde statistiek. Additionele uitvraag blijft daarom noodzakelijk.

Gegevens direct uit administraties van bedrijven halen kan voor het CBS zeer voordelige gevolgen hebben. Naast een afname in de administratieve lastendruk wordt ook de kwaliteit en beschikbaarheid van gegevens verbeterd. Gegevens komen ook sneller beschikbaar. Het NTP is voor het CBS een belangrijke ontwikkeling.

Momenteel zijn er nog twee knelpunten:

1. Er komen nog geen XBRL-berichten binnen. Het CBS is afhankelijk van de markt. De markt is pas dit jaar begonnen aan de implementatie van XBRL in de software. Verwacht wordt dat vanaf volgend jaar het aantal berichten zal toenemen.
2. De implementatie van NTP is uitgesteld. De consequenties hiervan zijn beperkt aangezien er nog geen XBRL-berichten zijn.

5.1.4 Belasting toegevoegde waarde

Huidig btw-gebruik

Btw wordt nu al op meerdere plaatsen binnen het statistische proces ingezet. Hieronder volgt een overzicht van de momenteel in gebruik zijnde toepassingen van btw.

– *Productiestatistieken:*

- In de IMPECT (IMPLEMENTatie EConomisch Transformatieproces) ophoging wordt in grootteklasse 10-50 gebruik gemaakt van BTW. Voor een deel van de steekproef is btw-informatie beschikbaar. Met behulp van een regressiemodel worden de ophogfactoren van de steekproefeenheden in dit deel van de steekproef dusdanig aangepast dat de uitkomsten beter aansluiten bij de integrale btw-omzet. Overigens werkt deze methode niet altijd goed, bijvoorbeeld als de steekproef erg klein is.

Een aantal statistieken (bouw, commerciële dienstverlening, detailhandel, groothandel, transport) wordt tegenwoordig buiten IMPECT opgehoogd. Daar wordt op vergelijkbare manier btw gebruikt voor de ophoging.

- De btw wordt in de PS ook gebruikt als controle variabele bij het gaafmaken op microniveau (BE-niveau).
- Het PS-plus systeem geeft invulling aan de wettelijke verplichting om optimaal gebruik te maken van secundaire bronnen binnen de PS. De zogeheten PS-plus kerncellen zijn grotendeels op registers gebaseerd:
 - De omzet wordt bepaald met btw.
 - De andere gegevens uit de winst- en verliesrekening (overige bedrijfsopbrengsten, bedrijfslasten, voorzieningen, buitengewone reserves, financiële resultaten) komen uit het VIS.
 - Dit wordt aangevuld met structuurinformatie uit oude jaren en het aantal werknemers uit de EWL.

Het PS-plus systeem wordt tot nu toe alleen toegepast voor kleine ondernemingen in grootteklasse 10–30.

- Kortetermijnstatistieken
 - In de KS voor de groothandel wordt de omzet van de meeste bedrijven in de grootteklasse 10–30 bepaald met btw.

Btw-gebruik in de toekomst

In de toekomst gaat het CBS het btw-gebruik verder uitbreiden. Het CBS gaat de kortetermijnstatistieken voor kleine bedrijven met behulp van btw-gegevens maken. Dit is een onderdeel van het project HEcS (Herontwerp keten van Economische Statistieken). Hieronder wordt het driestromen model van HEcS kort toegelicht, waarbij de nadruk ligt op de kleine bedrijven.

Het project HEcS gaat uit van een driestromen model:

1. Kleine bedrijven: registraties;
2. Groot- en middenbedrijf: mix van registraties en primaire waarneming;
3. Top XXX: integraal en maatwerk.

Het CBS werkt stap voor stap in een meerjarenplan toe naar dit driestromen model.

– *Kleine bedrijven*

Het doel van de eerste stroom van het driestromen model is om op lange termijn alle statistieken voor kleine bedrijven met behulp van registers te maken. De eerste stap hierin is het project 'KS en secundaire bronnen'. Hierin wordt onderzocht hoe btw-gegevens gebruikt kunnen worden bij het schatten van de omzet voor kleine bedrijven. btw-gegevens gaan alleen gebruikt worden voor het midden- en kleinbedrijf (MKB), dat wil zeggen alleen voor grootteklasse 10–50. Voor de grote bedrijven

(grootteklasse 60–90) blijft de primaire waarneming gehandhaafd. Voor het MKB worden dus schatters gemaakt voor maand-, kwartaal- en jaarcijfers op basis van btw-omzetten en voor de grote bedrijven op basis van primaire waarneming (IMPECT2). Bedrijven in grootteklasse 00 behoren niet tot de doelpopulatie.

Achterliggende doelstellingen bij het gebruik van btw voor de KS zijn het verlichten van de administratieve lastendruk voor bedrijven, het behalen van efficiencywinst en het verbeteren van de aansluiting tussen maand-, kwartaal- en uiteindelijke jaarcijfers.

In eerste instantie wordt onderzocht of met btw-gegevens kwalitatief goede tijdige schattingen op SBI 2-digit-niveau gemaakt kunnen worden. In een later stadium wordt bekeken in hoeverre cijfers op detailniveau mogelijk zijn. Vanaf januari 2008 wordt gestart met schaduwdraaien voor de detailhandel. De detailhandel is een statistiek met een redelijk groot aantal bedrijven in grootteklasse 10–50. btw-gebruik lijkt een goede bron voor het maken van de KS-cijfers van de detailhandel. Het gebruik van btw zou voor bepaalde branches (zoals ambulante handel, optische artikelen, bloemenwinkels etc.) kunnen betekenen dat de dekking veel hoger wordt waardoor cijfers betrouwbaarder worden.

Enkele kortlopende statistieken publiceren naast omzetgegevens ook andere variabelen, die niet afgeleid kunnen worden uit de btw-registratie. Met het wegvallen van de primaire waarneming voor de omzet zullen deze variabelen ook niet meer worden uitgevraagd. Om deze gegevens dan toch nog te kunnen publiceren is een project gestart om alternatieve methodes te ontwikkelen waarmee deze variabelen kunnen worden afgeleid.

- Groot- en middenbedrijf
De tweede stroom heeft als doel om de cijfers over het groot- en middenbedrijf met een mix van registers en primaire waarneming te maken.
- Top XXX
Bij de derde stroom is het doel om in de toekomst bij de top van grootste bedrijven op een geïntegreerde manier informatie te verzamelen, die voor een kwaliteitsverbetering en voor een lastendrukvermindering moet zorgen. Het streven is naar een geïntegreerde benadering van de top van de grote bedrijven, zodat de top niet meer benaderd hoeft te worden met veel aparte, niet geïntegreerde enquêtes. De eerste stap in deze stroom is al gezet door het project Congo (CONSistente gegevens Grote Ondernemingen). Bij het project Congo wordt niet langer meer naar één statistiek gekeken, maar wordt vroeg in de productiecycclus verschillende informatie op elkaar afgestemd en dus geïntegreerd.

5.1.5 Waarneemgroepen

Bij de handelsstatistieken wordt gebruik gemaakt van waarneemgroepen. Een waarneemgroep is een groep bedrijfseenheden die als geheel wordt waargenomen bij het bijbehorende moederbedrijf (ook een BE). Het moederbedrijf zit in een hogere grootteklasse (≥ 60). Voorbeeld: de franchisers van een grote keten supermarkten behoren tot één waarneemgroep en worden als zodanig in één keer waargenomen. Hierdoor worden de aangesloten ondernemingen niet meer afzonderlijk belast met een enquête. Het gebruik van waarneemgroepen is het op een efficiënte wijze benutten van externe registraties. Momenteel krijgt het CBS op het gebied van de handel via 8 waarneemgroepen informatie binnen over ruim 1 200 ondernemingen. De waarneemgroepen zijn voornamelijk supermarkten.

5.2 Nieuwe secundaire bronnen

Dit hoofdstuk geeft een korte beschrijving van scannerdata. Scannerdata worden nu slechts beperkt binnen het CBS gebruikt voor prijzenstatistieken, maar het lijkt een zeer

interessante secundaire bron voor de handelsstatistieken. Er volgt een beschrijving van mogelijke toepassingen van scannerdata in de handelsstatistieken, gevolgd door een opsomming van de stappen die nodig zijn om tot werkelijke toepassing te komen.

5.2.1 Scannerdata

Vrijwel alle Nederlandse supermarkten beschikken momenteel over kassasystemen waarbij de verkochte producten worden gescand. Dergelijke kassasystemen zijn ingevoerd om het voorraadbeheer en de boekhouding van supermarkten te automatiseren. Alle supermarkten maken bij het scannen gebruik van dezelfde standaard: het zogeheten European Article Number (EAN), de welbekende streepjescode. Ook in veel andere branches wordt meer en meer gebruik gemaakt van scannerdata (bijvoorbeeld tuincentra, doe-het-zelf winkels en drogisterijen).

Eind jaren '90 komt het CBS op het idee om, voor het berekenen van de Consumenten Prijs Index (CPI), niet langer handmatig prijsinformatie te verzamelen, maar gebruik te maken van scannerdata van supermarkten. Het CBS ontvangt wekelijks scannerdatabestanden van een viertal supermarkten: Albert Heijn, Hoogvliet, Plus en Super de Boer. Deze vier supermarktketens zijn samen goed voor ca. 50 procent van de omzet van de supermarktbranche. De totale supermarktbranche vertegenwoordigt 30 procent van de totale detailhandelsomzet. Het CBS krijgt per supermarktketen één bestand, waarin per filiaal de omzet en verkochte hoeveelheid per EAN code te vinden is. De bestanden bevatten dezelfde informatie, maar zijn qua format wel verschillend van elkaar. Door het inzetten van scannerdata voor de CPI heeft een substantiële innovatieslag plaatsgevonden.

5.2.2 Gebruiksmogelijkheden scannerdata bij de handelsstatistieken

Een groot aantal gebruiksmogelijkheden van scannerdata op het gebied van de handel zijn:

- Kortetermijnstatistieken
Scannerdata geven zeer gedetailleerde informatie over omzet, prijs en hoeveelheden op wekelijkse basis, binnen twee dagen na de verslagweek. Het gebruik van scannerdata zou naar verwachting de kwaliteit en de tijdigheid van de cijfers ten goede komen. Wel moeten de wekelijkse cijfers omgerekend worden naar maandcijfers.
- Vierwekelijkse supermarktcijfers
De scannerdata komen wekelijks beschikbaar, dus zijn prima geschikt voor het maken van de vierwekelijkse supermarktcijfers. De vierwekelijkse supermarktcijfers vallen niet onder de verplichte output, maar zijn wel output die extern goed gewaardeerd wordt.
- Productspecificaties
Externe partijen (in het bijzonder supermarktketens) hebben wensen met betrekking tot productspecificaties.
 - Productiestatistieken – omzetspecificaties naar product:
De omzetspecificatie naar product (volgens CPA) moet meerjaarlijks aan Eurostat geleverd worden. Tot nu toe kan het CBS moeilijk voldoen aan deze levering. Aan de hand van de scannerdata is het mogelijk om de netto omzet en de uitsplitsingen naar productgroepen kwalitatief goed te leveren. Het statistiekbureau in Zweden heeft hier goede ervaringen mee.
 - Detaillering consumentenbestedingen:
Scannerdata kunnen gebruikt worden voor productspecificaties van de uitgaven bij supermarkten. Daarmee kan de detaillering van de consumentenbestedingen worden uitgebreid.
 - Informatie over specifieke productgroepen:
Doordat scannerdata cijferinformatie per product bevatten, zijn allerlei uitsplitsingen naar productgroepen mogelijk. Er kan dus ook interessante nieuwe output gemaakt

worden die niet verplicht is. Zo heeft Zweden bijvoorbeeld positieve ervaringen met het beschrijven van de verkoop van biologische producten. Ook kunnen de verkopen van branchevreemde producten (zoals fietsenverkoop in de supermarkt) gevolgd worden. Deze informatie geeft mogelijk ook zicht op de groeiende branchevervaging.

- Regionale cijfers
Vanuit externe klanten wordt vaak gevraagd naar regionale cijfers. Scannerdata bevat informatie per winkelfiliaal. Uit de bestanden komt ook informatie over de locatie van de filialen, hiermee kunnen regionale gegevens gemaakt worden.
- Dynamiek van vestigingen
Zoals reeds vermeld, bevatten de scannerdatabestanden informatie van alle filialen. Door het verloop van de filialen te volgen, kan de dynamiek in de supermarktbranche gevolgd worden.
- Koopdageneffect
Bij de beoordeling van de maandelijkse omzetverandering moet rekening gehouden worden met het verschil in aantal koopdagen per maand/tussen de maanden. Met scannerdata komt informatie op weekbasis vrij. Voor koopdageneffecten zou informatie per dag echter prettig zijn. Scannerdata zijn theoretisch per dag te verkrijgen, maar het is de vraag of het CBS al die informatie zo gedetailleerd wil hebben en of een bedrijf dat zo gedetailleerd wil aanleveren. Wel is het naar verwachting mogelijk een verdeling te krijgen over de verhouding van de verkopen over de 7 dagen van de week. Hiermee zou het CBS de koopdageneffecten redelijk goed kunnen bepalen.
- Invloed van feestdagen
Met wekelijkse scannerdata krijgt het CBS meer inzicht in het effect van feestdagen (moederdag, Valentijnsdag e.d.). Het effect van een feestdag op een weekomzet is natuurlijk veel duidelijker te zien dan op een maandomzet. Ook kan het CBS per productgroep bepalen wat het effect is van een feestdag. Extern wordt er vaak gevraagd naar feestdageneffecten en het in kaart brengen van feestdageneffecten is ook relevant bij de interpretatie van de KS-uitkomsten.

5.2.3 *Stappen tot toepassing*

Uit het overzicht van de toepassingsmogelijkheden van de scannerdata wordt duidelijk dat scannerdata een zeer interessante secundaire bron zijn om in te zetten bij de handelsstatistieken. Er moet nog een aantal belangrijke stappen gezet worden om van de gebruiksmogelijkheden te komen tot de werkelijke toepassing van scannerdata.

- Meer scannerdata
Momenteel zijn slechts scannerdata van vier supermarktketens binnen. Voor onderzoek naar de gebruiksmogelijkheden van scannerdata is dat geen probleem, maar voor werkelijke toepassing van scannerdata voor de handelsstatistieken zijn meer data wenselijk in verband met betere dekking. In de toekomst is het van belang om scannerdata van meer supermarktketens en ook andere branches binnen te krijgen. Meer scannerdata is zowel voor de handelsstatistieken als de CPI van belang. Als scannerdata van meerdere supermarkten en ook andere branches binnengehaald zijn, kan een belangrijke administratieve lastenverlichting bereikt worden. Tevens dragen scannerdata bij aan de kwaliteit en tijdigheid van cijfers.
- Onderzoek naar gebruiksmogelijkheden
Onderzocht moet worden of scannerdata voor goede output zorgen. In 2008 worden diverse pilotonderzoeken uitgevoerd. Voor meer informatie over deze pilotonderzoeken zie het hoofdstuk vervolgprojecten.
- Capaciteit voor ontvangst en beheer scannerdata
Om de enorme hoeveelheid aan scannerdata beheersbaar te maken is veel (automa-

tiseer-) capaciteit nodig. Er komen enorm veel data binnen, deze data moeten opgeslagen en gestandaardiseerd worden. Uit de ervaringen bij de CPI blijkt dit een enorme klus te zijn. Het gaat om een dusdanige hoeveelheid benodigde capaciteit, dat dit centraal geregeld moet worden. Op centraal niveau zal besloten moeten worden of scannerdata CBS breed ingezet worden. De resultaten van het pilotonderzoek in 2008. Als het CBS besluit scannerdata breed in te zetten, dan zou dit mooi passen binnen de waarneemstrategie en/of binnen het HEcS project.

5.3 Conclusie

In dit hoofdstuk is een overzicht gegeven van de belangrijkste secundaire bronnen voor de handel. btw-gebruik lijkt een goede bron voor het maken van de kortetermijnstatistieken voor de detailhandel. Een veelbelovende nieuwe secundaire bron voor de handelsstatistieken is scannerdata. Scannerdata bieden veel gebruiksmogelijkheden, namelijk het maken van regionale cijfers, omzetspecificaties, feestdageffecten enz. In het volgende hoofdstuk wordt onderzocht of statistiekbureaus uit andere landen ervaring hebben met het gebruik van scannerdata voor het maken van de handelsstatistieken.

6. Best practices

In dit hoofdstuk wordt onderzocht wat het CBS kan leren van buitenlandse statistiekbureaus. Hiervoor is het allereerst nodig om statistiekprocessen van andere landen te inventariseren. Dit is gedaan door middel van een algemeen best practices (niet specifiek gericht op handel) onderzoek. Vervolgens wordt ingegaan op wat het CBS kan leren van buitenlandse statistiekbureaus, specifiek op het gebied van de handel. Ten slotte wordt de informatie die verkregen is bij het werkbezoek aan het Zweedse statistiekbureau besproken.

6.1 Best practices algemeen

In de voorbije jaren zijn er diverse best practices onderzoeken uitgevoerd. Uit deze onderzoeken komt duidelijk naar voren dat er landen zijn die zich onderscheiden op bepaalde onderdelen van het statistische proces. Deze paragraaf vertoont gedeeltelijke overlap met het onderzoek naar 'best practices' door het deelproject *Vervoer*. Hieronder volgt een overzicht van een aantal landen en hun bijbehorende sterke punten.

Denemarken

Uit het rapport *International benchmark National Accounts* (Altena e.a., 2007) en het rapport *Review of Statistics Denmark* van het Deense statistiek bureau *Danmarks Statistik* (DST) (DST, 2003) blijkt dat Denemarken bekend staat om zijn efficiënte manier van werken. Wanneer kosten en output tegen elkaar worden afgezet en bovendien rekening wordt gehouden met de grootte van de landen, dan blijkt DST duidelijk efficiënter te zijn dan andere statistische bureaus. De efficiëntie is onder andere terug te vinden in de samenstelling van de Nationale Rekeningen. In het bijzonder geldt dit voor de samenstelling van de aanbod- en gebruikstabellen. Een ander aspect dat in Denemarken zorgt voor een erg efficiënt statistiekproces is de ruime ervaring van Denemarken met het gebruik van administratieve gegevens (al sinds de jaren zestig). Ook de geïntegreerde dataverzameling van Denemarken draagt bij aan de efficiëntie: het statistische bureau werkt bij de dataverzameling samen met de douane en de belastingdienst. Het werken met IT-middelen die in vergaande mate gestandaardiseerd zijn draagt volgens de Denen zelf ook bij aan hun efficiëntie.

Frankrijk

Frankrijk wordt in het rapport *International benchmark National Accounts* (Altena e.a., 2007) genoemd omwille van de interessante outputoriëntatie. In Frankrijk wordt namelijk de output als uitgangspunt van het statistische proces genomen. Dit in tegenstelling tot vele andere landen (waaronder ook Nederland) waar de output vaak een afspiegeling is van de aanwezige informatie uit de bron, ongeacht of er vraag is naar deze informatie. In Frankrijk wordt echter veel belang gehecht aan het nut van de output voor economische analyse. Het nut en de vraag naar output is in Frankrijk leidend in het statistische proces. Uit het rapport *'Uitbreiding dienstenstatistieken: Resultaten speerpunt Handel en diensten'* (Berends e.a., 2006) blijkt dat Frankrijk niet alleen veel waarde hecht aan de keuze van de output, maar ook aan de presentatie van de output. De website van het Franse statistiekbureau, *Institut Nationale de la Statistique et des Études Économique* (INSEE), is erg toegankelijk en gebruiksvriendelijk. Een grote hoeveelheid informatie is snel te vinden en staat overzichtelijk bij elkaar. Heel praktisch is de mogelijkheid om te kunnen kiezen tussen globale en gedetailleerde informatie.

Naast de goede outputoriëntatie van Frankrijk moet ook de goede samenwerking van het INSEE met andere overheidspartijen op het gebied van registers genoemd worden als kenmerk van het Franse statistische proces.

Verenigd Koninkrijk

Het statistiekbureau van het Verenigd Koninkrijk, *Office for National Statistics (ONS)*, is bekend vanwege de transparantie in het statistiekproces. Men is in het Verenigd Konink-

rijk namelijk in staat en bereid om foutmarges van het Bruto Binnenlands Product (BBP) en de opbouw daarvan te publiceren. Een nauwkeurigheidanalyse van de ONS presenteert van de belangrijkste statistieken hun bijdrage en foutmarge aan het BBP. Tevens wordt voor de drie BBP-benaderingen (productiebenadering, inkomensbenadering en bestedingsbenadering) aangegeven hoe deze cijfers procentueel gezien zijn opgebouwd uit afzonderlijke bijdragen vanuit statistieken, secundaire bronnen, extrapolatiemethoden, conceptuele aanpassingen, meetfouten en inpassingen (Altena e.a., 2007).

Noorwegen

In de Scandinavische landen wordt veel gebruik gemaakt van registers in het statistische proces. Zo maakt Noorwegen onder anderen gebruik van registerinformatie voor de bronstatistieken van de NR. Daarnaast wordt in Noorwegen micro-integratie toegepast voor het samenstellen van een geïntegreerd banenbestand.

Zweden

Het Zweedse statistiekbureau, *Statistiska Centralbyran (SCB)*, heeft brede ervaring met het gebruik van registerinformatie. Veel van hun statistische cijfers worden gemaakt op basis van gegevens van de belastingdienst. Door informatie uit meerdere registers te combineren met een beperkte vorm van primaire waarneming genereert het Zweedse bureau kwalitatief goede data met voldoende detailniveau. Dit terwijl ze de lastendruk relatief laag weten te houden. De kwaliteit van hun data is mede door een bijna volledige populatiedekking erg goed te noemen (Altena e.a., 2007).

Recent is in Zweden onderzoek gedaan naar de kwaliteit van statistieken die gemaakt zijn op basis van registerinformatie (Wallgren e.a., 2007). De belangrijkste aanbeveling uit dit onderzoek stelt dat het beter is om je niet op één register te baseren, maar beter kunt proberen om zoveel mogelijk registers met elkaar te combineren.

Finland

Het Finse statistiekbureau, *Tilastokeskus*, maakt net als de andere Scandinavische landen intensief gebruik van administratieve bronnen in het statistiekproces. Waar nodig worden de administratieve bronnen aangevuld met informatie uit primaire waarneming. Ook voor Finland geldt, dat veel registerinformatie afkomstig is van de belastingdienst.

Communicatieonderzoek

Uit het communicatieonderzoek *Statistics 4 all, communication best practices* (Eurostat, 2006) komt naar voren op welke manier statistiekbureaus aandacht besteden aan communicatie en het verspreiden van statistische informatie naar gebruikers. Ieder land heeft natuurlijk zijn eigen manier van communicatie, maar een aantal zaken zijn interessant om hier in het kader van een best practices onderzoek te melden.

Verschillende landen zoals Oostenrijk en Finland besteden bewust meer aandacht aan het presenteren van meta-informatie bij de statistieken. Naast de statistische data is er dus veel aandacht voor gedetailleerde achtergrondinformatie (kwaliteit en methodologische beschrijvingen), concepten, definities en classificaties.

Een ander belangrijk punt waar een aantal landen zich op richten is het brengen van data naar een groter publiek. Denemarken doet dit door concrete “wist je dat...?” vragen over economie, levensstijl en vrije tijd op de website te plaatsen. Deze “wist je dat ...?” vragen hebben aantrekkingskracht naar een breed publiek.

Ook Zweden richt zich met hun statistisch jaarboek bewust op een groot publiek. Het succes van hun jaarboek, zit hem onder meer in het eenvoudig uitleggen van statistieken en het creatief begrijpelijk maken van ongrijpbare getallen. Zo werd de Zweedse kustlengte plus de lengte van de Zweedse autowegen uitgedrukt als een afstand van 30 keer rondom de aarde. Luxemburg probeert haar gedetailleerde publicaties over de nationale economie ook te richten tot het brede publiek. Dit doen ze door het gebruik van makkelijke taal, de uitleg van actuele onderwerpen (zoals de Lissabon strategie), het gebruik van tabellen en grafieken in kleur en een consistente jaarlijkse uitgave.

Naast Denemarken, Zweden en Luxemburg ziet ook Duitsland het als een uitdaging om onderwerpen uit te leggen aan het grote publiek. Duitsland heeft een instrument waar-

mee ze de verschillen tussen individuele inflatiecijfers en gemiddelde inflatiecijfers met succes uitleggen aan het brede publiek. Op deze manier kunnen ze duidelijk uitleggen dat het algemene beeld, dat de introductie van de euro het totale prijsniveau omhoog heeft gebracht, niet klopt.

Finland richt zich op het gebied van de communicatie op het promoten van statistische vaardigheden. Dit doen ze door het aanbieden van trainingen. Deze trainingen variëren van online statistiekcursussen (gratis en voor iedereen toegankelijk) tot trainingen voor klanten (veelal onderzoekers, docenten en bibliothecarissen). Daarnaast wordt bij het Finse statistiekbureau ook veel samengewerkt met universiteiten. Deze samenwerking bestaat onder anderen uit het geven van lezingen en het begeleiden van scripties door statistici. Ook lopen vele studenten hun stage bij het Finse statistiekbureau.

6.2 Best practices handel

Na het bespreken van de algemene positieve statistische aspecten van een aantal landen, wordt nu specifiek ingegaan op de best practices op het gebied van de handelsstatistieken.

6.2.1 Doel

De centrale vraag die wordt gesteld tijdens dit best practices onderzoek is: *‘Wat kunnen we leren van buitenlandse statistiekbureaus op het gebied van de handel (detailhandel en groothandel)?’*

6.2.2 Werkwijze

Raadpleging van literatuur (zie paragraaf 6.1) en gesprekken met de heer Nino Platteel (beleidsmedewerker BES internationaal, CBS Voorburg) heeft een aantal statistische bureaus opgeleverd die voor de handel interessant zouden kunnen zijn. Het gaat hierbij om de statistische bureaus van Denemarken, Duitsland, Finland, Frankrijk, Noorwegen, Verenigd Koninkrijk en Zweden. Deze landen zijn per e-mail benaderd. Er is daarbij gevraagd om een aantal vragen op het gebied van de handelsstatistieken te beantwoorden. Het gaat hierbij om vragen over statistische output met betrekking tot e-commerce, franchising en groothandel, het gebruik van scannerdata en het btw-gebruik voor regionale cijfers. In bijlage 2 is een overzicht te vinden van de gestelde vragen.

De respons van de verschillende statistiekbureaus is redelijk goed. Hiervoor natuurlijk dank aan de collega statistiekbureaus. Van de meeste landen zijn antwoorden op de vragen ontvangen: alleen Denemarken heeft helaas niet gereageerd op de email. Naast het emailcontact met deze landen zijn de websites van de National Statistical Institutes (NSI's) bezocht en zijn relevante artikelen gedownload. Dit heeft geleid tot de informatie die per land in de volgende paragraaf is weergegeven.

6.2.3 Resultaten

Hieronder wordt per land de verzamelde informatie besproken. Het resultaat wordt eerst kort weergegeven in tabel 6. Vervolgens worden de resultaten verder uitgewerkt.

Duitsland (www.destatis.de)

Het Duitse statistiekbureau heeft de vraag ‘welk deel van de omzet wordt bepaald door internetverkopen (in percentages)?’ opgenomen in de jaarstatistieken. Onderzoek wijst uit dat de data onderschat worden. Een mogelijke reden hiervoor is dat bedrijven geen geschikte informatie kunnen leveren.

Tabel 6
Resultaten 1)

	E-commerce	Franchising	Groothandel	Scannerdata	Gebruik btw bij regionale cijfers
Denemarken	--	--	--	--	--
Duitsland	ja	nee	SBS	nee	nee
Finland	nee	nee	SBS	nee	ja
Frankrijk	ja	ja	SBS	nee	--
Noorwegen	ja	nee	SBS	nee	ja
Verenigd Koninkrijk	--	nee	SBS	--	--
Zweden	ja	nee	SBS	ja	ja

1) -- geen antwoord ontvangen, ja = er is informatie en nee = er is geen informatie.
SBS = alleen verplichte leveringen aan Eurostat.

Finland (www.stat.fi)

De regionale statistiek over de detailhandel beschrijft het aantal vestigingen en de omzet van de vestigingen en het verkoopvloeroppervlak van bedrijven (totale overdekte vloeroppervlakte in gebruik voor winkerverkopen) van verschillende gebieden in Finland. Het aantal en de omzet van de lokale bedrijfseenheden wordt verkregen via gegevens uit registers, voor het verkoopvloeroppervlak worden vragenlijsten uitgezonden. De data wordt op 3 digit gepubliceerd. Het onderzoek wordt 5-jaarlijks uitgevoerd, waarbij 2004 het eerste verslagjaar was.

Frankrijk (www.insee.fr)

Het Franse statistiekbureau is een onderzoek gestart naar franchising. In de afgelopen dertig jaar is franchising erg belangrijk geworden voor de zakenwereld in Frankrijk. Drie soorten franchising domineren in de detailhandel (Fraichard et al, 2007). Frankrijk is erg geïnteresseerd in de ervaring van andere landen op dit gebied. Geen enkel Europees land heeft iets gepubliceerd over franchising.

In Frankrijk wordt jaarlijks een onderzoek uitgevoerd naar e-commerce. In het artikel 'ICT more and more widespread in companies' worden de resultaten getoond. In Frankrijk hebben bijna alle bedrijven met meer dan 10 werknemers computers met internetverbinding. Kleine bedrijven hebben een inhaalslag gemaakt. Echter er zijn nog steeds grote verschillen in het ICT-gebruik van bedrijven. E-commerce wordt ook steeds belangrijker en dan vooral business-to-business commerce (Besnard et al, 2007).

Noorwegen (www.ssb.no)

In Noorwegen wordt, net als in andere landen, een bedrijf ingedeeld op basis van zijn hoofdactiviteit. Dus als een bedrijf de meerderheid van zijn omzet behaalt heeft uit internetverkoop, wordt het bedrijf geplaatst in NACE 52.61 – postorderbedrijven. Het Noorse statistiekbureau publiceert de omzetstatistieken voor postorderbedrijven op 5 digit. Zie onderstaand overzicht voor de specificatie.

Tabel 7
Specificatie postorderbedrijven

52,61	Retail sale via mail order houses
52611	Retail sale of variety of goods via mail order houses
52612	Retail sale of textiles, clothes, footwear, travel accessories and leather goods via mail order houses
52613	Retail sale of lighting equipment, china and glass, furniture and non-electrical household articles via mail order houses
52614	Retail sale of electrical household appliances, radio, television, gramophone records, tapes, CD's and musical instruments via mail order houses
52615	Retail sale of books, papers, newspapers and magazines via mail order houses
52619	Retail sale of specialized assortment of goods via mail order houses

Bron: Statistics Norway.

Noorwegen maakt gebruik van btw-gegevens voor het maken van regionale statistieken. Om meer informatie te ontvangen over de locale eenheden in de industrie ontvangen alle locale eenheden binnen een juridische eenheid nog een vragenlijst. Voor de handel wordt de informatie over de locale eenheden uitgevraagd bij de juridische eenheid (van de Burgt, 2006).

Zweden (www.scb.se)

Het Zweedse statistiekbureau heeft statistieken over internetshops – NACE 52.61. Zweden heeft een 5e digit toegevoegd en maakt dan onderscheid tussen 52.617 (niet-gespecialiseerde detailhandel via internet), 52.618 (detailhandel in boeken, media-producten en computerbenodigdheden via internet) en 52.619 (overige detailhandel via internet). Voor deze bedrijven zijn de gebruikelijke jaarcijfers beschikbaar. Tevens wordt aan de bedrijven gevraagd om de omzet naar product te specificeren. Tabel 8 geeft een overzicht van de te specificeren producten.

Tabel 8
Producten per branche

Branches	Productomschrijving
52.617– 52.618	Clothes
52.617– 52.618	Clothing articles
52.617– 52.618	Shoes and shoe accessories
52.617– 52.618	Travelling accessories and baby equipment
52.617– 52.618	Furniture, pictures and lighting equipment
52.617– 52.618	Carpets
52.617– 52.618	Curtains, blinds and household textiles
52.617– 52.618	Kitchen utensils, glasswork and china
52.617– 52.618	White goods, vacuum cleaners etc.
52.617– 52.618	Electrical household equipment
52.617– 52.618	Radio, TV and video equipment
52.617– 52.618	CDs, music and video tapes
52.617– 52.618	Books
52.617– 52.618– 52.619	Photographic and optical equipment
52.617– 52.618	Watches, clocks, gold and jewelleryes
52.617– 52.618	Computers, programs and calculators
52.617– 52.618	Telephones and other telecom equipment
52.617– 52.618– 52.619	Sports and leasure goods
52.617– 52.618– 52.619	Other commodities
52.617– 52.618– 52.619	Transport services with own vehicles/staff
52.617– 52.618– 52.619	Franchise incomes
52.617– 52.618– 52.619	Repairs of household and personal goods
52.617– 52.618– 52.619	Hiring out staff
52.617– 52.618– 52.619	Other

Bron: Statistics Sweden.

Zweden maakt gebruik van scannerdata voor de berekening van de 'food sales statistics'. In het artikel 'Retail trade by detailed product using administrative sources' wordt een beschrijving gegeven over hoe de Zweedse 'food sales statistics' worden gemaakt. Het doel van het onderzoek is om de omzet naar product te specificeren. Een ander doel is om te voldoen aan de behoeften van de CPI en Nationale Rekeningen voor statistieken over particuliere consumptie van voedingsmiddelen en drank. De scannerdata van de 5 grootste supermarktketens in Zweden is de belangrijkste bron voor de food sales statistics. De kwaliteit van scannerdata is erg hoog. (Lennartsson, 2005).

Voordelen van het gebruik van scannerdata zijn:

- De productindeling wordt door het statistiekbureau zelf gemaakt, waardoor aanpassingen in de indeling makkelijk door te voeren zijn.
- De administratieve lastendruk voor bedrijven is laag, aangezien een supermarktketen gegevens levert voor meerdere ondernemingen.
- Scannerdata kunnen ook voor andere zaken gebruikt worden dan de noodzakelijke statistieken. Bijvoorbeeld voor statistieken over de omzet en het marktaandeel van biologische voedingsmiddelen (Mortensson, 2006). In de toekomst kunnen scannerdata gebruikt worden voor het maken van regionale cijfers over de food sales statistics (Lennartson, 2005).

Tabel 9 toont enkele resultaten van de 'food sales statistics'. Omzet (inclusief btw) van voedingsmiddelen en drank in de detailhandel, in SEK miljoenen.

In Zweden worden gegevens van de belastingdienst (btw) gebruikt om de regionale gegevens voor de omzet te berekenen. Om de regionale gegevens voor de omzet te berekenen wordt een verdeelsleutel gebruikt op basis van het aantal werkzame personen.

Tabel 9
Food sales statistics

Coicop	Productgroup	Turnover including VAT in constant prices					
		2000	2001	2002	2003	2004	2005
01+ 02.1	Food beverages	150	154	160	164	164	169
01	Food and non-alcoholic beverages	125	129	133	136	139	143
01.1	Food	112	115	119	121 352	125	128
01.1.1	Bread and cereals	19	20	20	20	21	22
01.1.2	Meat	20	21	22	24	25	26
01.1.3	Fish	7 352	8	7	7	7	7
01.1.4	Milk, cheese and eggs	20	20	21	22	22	22
01.1.5	Oils and fats	4	4	4	4	4	4
01.1.6	Fruit	8	8	8	9	9	9
01.1.7	Vegetables	13	13	13	14	14	14
01.1.8	Sugar, jam, honey, chocolate, confectionary	15 224	16	16	16	17	17
01.1.9	Food product n.e.c.	6	6	7	6	6	6
01.2	Non-alcoholic beverages	13	13	14	15	14	15
01.2.1	Coffee, tea and cocoa	5	5	5	5	5	5
01.2.2	Mineral waters, soft drinks, fruit and vegetable juices	8	9	9	10	9	10
02.1	Alcoholic beverages	25	26	28	28	26	26
02.1.1	Spirits	7	7	8	7	6	6
02.1.2	Wine	10	11	12	12	12	12
02.1.3	Beer	7	8	8	8	7	7

Bron: Statistics Sweden.

6.2.4 Conclusie

Na contacten met internationale collega's en bestudering van de toegezonden antwoorden en informatie, wordt een werkbezoek aan Zweden voorgesteld. Het gebruik van scannerdata in de detailhandel is een belangrijk onderdeel binnen het project handel. In Nederland wordt scannerdata momenteel alleen gebruikt bij de berekening van de CPI. Uit het onderzoek kwam naar voren dat Zweden al ervaring heeft met het gebruik van scannerdata bij de handelsstatistieken. Het lijkt erop dat Nederland op het gebied van scannerdata zeker iets kan leren van Zweden.

6.3 Ervaring in Zweden

Tijdens het werkbezoek aan Zweden is voornamelijk gesproken met medewerkers van de afdeling Food & Retail. Een belangrijk onderwerp tijdens dit bezoek was het gebruik van scannerdata. Tevens is van de gelegenheid gebruik gemaakt om meer informatie te ontvangen over btw-gebruik in Zweden en om te leren van de ervaringen in Zweden bij het maken en het gebruiken van detailhandelsstatistieken. Hieronder volgen de belangrijkste punten van het bezoek aan Zweden.

6.3.1 Scannerdata

Het Zweedse statistiekbureau heeft al enkele jaren ervaring met het gebruik van scannerdata in de handelsstatistieken. Scannerdata worden gebruikt voor de 'food sales statistics' en voor statistieken over de omzet en het marktaandeel van biologische producten, huismerken en diepvriesproducten. Zweden ontvangt jaarlijks scannerdata-bestanden van 5 supermarktketens. Het Zweedse statistiekbureau krijgt per supermarktketen één bestand, waarin per keten de omzet per product te vinden is. Er zijn geen gegevens bekend per filiaal, waardoor het op dit moment niet mogelijk is om met behulp van scannerdata regionale cijfers te maken.

In Zweden wordt de 'food sales statistics' gemaakt. Deze statistiek beschrijft de omzet-specificatie naar product voor de foodsector (supermarkten, speciaalzaken, markt- en straathandel en benzineservicestations). De belangrijkste bron voor deze statistiek is de scannerdata van supermarkten. Voor de overige branches wordt een vragenlijst als bron gebruikt. Als er dan nog ondernemingen ontbreken wordt btw gebruikt.

De 'food sales statistics' is een onderdeel van de jaarstatistiek voor de detailhandel. In Zweden is de jaarstatistiek voor de detailhandel opgebouwd uit verschillende bronnen: scannerdata (food sales statistics), btw, VIS en vragenlijsten.

Een aantal opvallende zaken hierbij zijn:

- Anders dan in Nederland worden de gegevens uit btw (omzet) en VIS (kostenstructuur) op de vragenlijst van kleine ondernemingen afgedrukt. Het gevolg hiervan is dat uitzending pas in september/oktober kan plaatsvinden. Eerder zijn de gebruikte bronnen niet beschikbaar. In het (elektronische) formulier wordt naar aanleiding van de omzet en kosten gevraagd naar:
 - Correct JA / NEE (indien NEE, gelieve aanpassen)
 - Specificatie volgens CPA / COICOPVoor de specificatie is anders dan in Nederland. Deze is zo ingericht dat deze past in de CPA / COICOP. Wanneer de post *overig* wordt geselecteerd in het elektronische formulier opent een pull-down menu waarin de respondent de gewenste artikelgroep kan selecteren.
- Voor de belangrijkste (grote) ondernemingen wordt een formulier in april verzonden. Een deel van deze ondernemingen wordt verwerkt via een CONGO-constructie.
- De omzetspecificatie naar product (volgens CPA) is een verplichte meerjaarlijkse Eurostatlevering, maar het Zweedse statistiebureau verzamelt en publiceert deze specificaties jaarlijks.

De 'food sales statistics' wordt zowel intern als extern zeer gewaardeerd.

- Extern is er veel waardering voor de 'food sales statistics' vanuit de Swedish association of food, vanuit beleid en de foodsector zelf. Tevens is er veel waardering voor de specificaties van biologische producten, die ook gemaakt worden met behulp van scannerdata. Intern is deze statistiek belangrijk voor NR en de CPI.
- De omzetspecificaties naar product met behulp van scannerdata zitten goed in elkaar. Deze specificatie speelt intern ook een belangrijke rol bij de consumptie (NR) en de weging en selectie van producten bij de CPI.
- De kwaliteit van scannerdata is erg hoog. Zweden heeft een vergelijking gemaakt met AC Nielsen, een particuliere onderneming die dezelfde soort statistieken maakt. Hier zijn maar een aantal kleine verschillen gevonden (Lennartsson, 2005).

6.3.2 Regionale statistieken

Een bijzondere statistiek die door het Zweedse statistiebureau wordt gemaakt is de regionale statistiek. Bijzonder is dat deze geheel is gebaseerd op btw en bovendien wordt verkocht aan bedrijven die bijvoorbeeld geïnteresseerd zijn in omzetten in bepaalde branches. Eventueel kan ook aanvullend onderzoek worden gedaan. Deze statistiek wordt maandelijks gemaakt voor alle branches.

De werkwijze om de omzet om te rekenen naar omzet per lokale eenheid gebeurt in twee stappen:

- Werkzame personen en Local Units uit het bedrijvenregister.
- Verdeling van omzet over Local Units:
 - Stap 1: toekennen van gemiddelde omzet per werkzame persoon in SBI aan Local Unit.
 - Stap 2: de in stap 1 bepaalde omzet wegen naar BE omzet.

De berekening gaat als volgt:

1. Voor bedrijven met slechts één activiteit is de omzetverdeling naar lokale eenheden gebaseerd op het aantal werkzame personen (SYS). De gemiddelde omzet per werkzame persoon wordt berekend per bedrijfstak (BSX).
2. Voor bedrijven met verschillende activiteiten wordt een nieuwe variabele gemaakt voor elke lokale eenheid. De variabele wordt berekend door het aantal werkzame personen te vermenigvuldigen met de gemiddelde omzet in een bedrijfstak ($HVX = SYS * BSX$).
3. Een nieuwe variabele (SHV) wordt bepaald door de som van alle bedrijven (som van HVX).
4. De omzet van een bedrijf (FTOMS) wordt dan verdeeld over de verschillende lokale eenheden (ASOMS) door $ASOMS = FTOMS * HVX / SHV$.

6.3.3 Kortetermijnstatistieken

In Zweden wordt voor de maandstatistieken geen gebruik gemaakt van btw in verband met de tijdigheid. De enquêtedruk wordt minimaal gehouden door voor ca. 30 grote ketens waarneemafspraken te maken (Nederland maakt ook gebruik van waarneemgroepen). Opvallend is dat Zweden in deze situatie een efficiëntere manier van steekproeftrekken heeft. Zij bekijken eerst welke bedrijven zij vanuit waarneemafspraken al hebben, vervolgens wordt uit het overige deel van de populatie een steekproef getrokken. In Zweden worden daardoor nog ca. 2,8 duizend vragenlijsten uitgestuurd voor de detailhandel.

Zweden maakt wel gebruik van btw voor de kwartaalstatistieken. Dat geldt voor bijna het hele SBI gebied (SBI 10–93, exclusief zorg en onderwijs). Hierdoor is de enquêtering van de volledige KS beperkt tot de ca. 500 ‘belangrijkste’ bedrijven aangevuld met een aanvullende steekproef van ca. 15 duizend eenheden.

In Zweden is de koppeling van fiscale gegevens met het bedrijfsregister makkelijker. Toch kent Zweden verder dezelfde problemen als Nederland: verkeerde grootteklasse en verkeerde typering van ondernemingen.

6.4 Conclusie

Uit het best practices onderzoek komt naar voren dat er geen landen zijn die zich sterk onderscheiden op het gebied van de handelsstatistieken. De meeste landen maken alleen hun verplichte output: SBS-verplichting. Uit het onderzoek kwam wel naar voren dat Zweden ervaring heeft met het gebruik van scannerdata in de handelsstatistieken. Aangezien het gebruik van scannerdata een belangrijk onderdeel is binnen het project handel is een bezoek gebracht aan het statistiekbureau van Zweden. Het gebruik van scannerdata stond dan ook centraal tijdens het bezoek aan Zweden.

De volgende conclusies kunnen getrokken worden:

- Scannerdata leveren in Zweden kwalitatief goede statistieken op.
- Wat betreft omzetspecificaties naar product kan Nederland nog heel wat leren van Zweden.
- Als het CBS scannerdata gaat gebruiken bij de handelsstatistieken is Zweden een goede gesprekspartner.

7. Publicaties

Wensen van interne en externe klanten van het CBS op het terrein van handel en diensten hebben voor een deel betrekking op informatie, die al beschikbaar is op Statline. Publicaties in de vorm van bijvoorbeeld artikelen en een kwartaalmonitor kunnen de toegankelijkheid van de beschikbare informatie aanzienlijk verbeteren. In vergelijking met een 'traditionele' sector als industrie wordt op het gebied van handel en dienstverlening nog weinig gepubliceerd. Vandaar dat het speerpunt meewerkt om de informatie die het CBS heeft op het gebied van handel en diensten beter en toegankelijker te presenteren. In 2006 en 2007 is aandacht besteed aan de presentatie van de cijfers over de commerciële dienstverlening. In 2007 en 2008 wordt aandacht besteed aan de deelprojecten *Handel en Vervoer*.

In dit hoofdstuk wordt beschreven welke producten/publicaties in 2007 en 2008 worden opgeleverd op het gebied van handel.¹⁾ Het gaat hierbij om aanpassingen aan de themapagina, een overzicht van de reeds beschikbare statistieken, de nieuw opgezette handelsmonitor en webmagazine artikelen. Tevens zal meer inzicht gegeven worden in de aansluiting tussen micro-, meso- en macrogegevens.

7.1 Themapagina Handel en horeca

In 2007 is de CBS-website ingrijpend veranderd en zijn de themapagina's anders ingedeeld. De handelsstatistieken zijn terug te vinden op de themapagina Handel en Horeca. Op de huidige themapagina zijn onder andere cijfers te vinden over beschikbare outputvariabelen voor de detail- en groothandel:

- Kerncijfers: omzet detailhandel, supermarkten.
- Bedrijven: aantal bedrijven, bedrijven naar werkzame personen, oprichtingen, opheffingen, faillissementen, computergebruik.
- Financiële gegevens: Verlies- & Winstrekening detail- en groothandel, investeringen, productiewaarde, toegevoegde waarde.
- Arbeid en lonen: banen, werkzame personen, vacatures, ziekteverzuim, cao-lonen, verdiende lonen, arbeidskosten.
- Overig: consumentenvertrouwen, Consumenten Prijs Index (CPI), consumptie.

In 2008 wordt gekeken of de themapagina verbeterd moet worden op onder andere de volgende punten: heldere presentatie, outputvariabelen en publicaties.

Op de themapagina zijn verschillende soorten publicaties te vinden. Iedere publicatie heeft zijn eigen doel en eigen kenmerken. Voor de gebruiker is het prettig om een duidelijk overzicht te krijgen van de beschikbare publicaties. Bijlage 3.1 geeft een overzicht van de verschillende publicaties. Ook is het voor de gebruiker prettig om snel een beeld te krijgen van welke cijferinformatie er is over de handel. De themapagina geeft al een duidelijk beeld, maar er is op StatLine nog meer statistische informatie over de handel beschikbaar. In bijlage 3.2 staat een compleet overzicht van alle beschikbare outputvariabelen op StatLine voor zowel de detailhandel als de groothandel. Hierbij wordt ook het detailniveau aangegeven.

Deze twee overzichten dragen bij aan het gebruikersgemak en kunnen in de toekomst op de themapagina geplaatst worden.

7.2 Handelsmonitor

De handelsmonitor wordt in 2007 opgezet en zal in 2008 voor het eerst verschijnen. De monitor wordt een elektronische publicatie, waarbij op kwartaalbasis een aantal branches

1) Voor informatie over producten/publicaties op het gebied van commerciële dienstverlening en vervoer zie de rapporten over de commerciële dienstverlening en vervoer van het speerpunt handel en diensten.

door middel van een aantal variabelen wordt beschreven. Het doel van de publicatie is om beschikbare informatie over de detailhandel, groothandel en motor- en autobranche duidelijker, toegankelijker en in een meer samenhangend geheel van variabelen te publiceren. Het plan is om in 2008 te starten met cijfers over de detailhandel en de autobranche. Later zal de monitor uitgebreid worden met cijfers over de groothandel. Op de themapagina Handel en Horeca staat al de horecamonitor. Er wordt nagegaan in hoeverre deze kan worden uitgebreid.

Het voorstel voor de *monitor detailhandel* ziet er als volgt uit:

1. Detailhandel totaal – omzet- en volumeontwikkeling, vacatures, consumptieve bestedingen en consumentenvertrouwen;
2. Foodwinkels: supermarkten en speciaalzaken in voedings- en genotmiddelen – omzetontwikkeling;
3. Non- foodwinkels: winkels in consumentenelektronica – omzetontwikkeling.

Het voorstel voor de *monitor motor- en autobranche* ziet er als volgt uit:

1. Autobranche totaal - omzetontwikkeling en vacatures;
2. Handel en reparatie bedrijfsauto's – omzetontwikkeling;
3. Handel en reparatie personenauto's – omzetontwikkeling en nieuwverkopen personenauto's;
4. Autoservicebedrijven – omzetontwikkeling;
5. Handel in auto-onderdelen en -accessoires – omzetontwikkeling;
6. Handel in en reparatie van motorfietsen – omzetontwikkeling en nieuwverkopen motoren.

De monitor bestaat uit een aantal grafieken plus tekst. In bijlage 3.3 staat een voorbeeld van de monitor motor- en autobranche.

Op een later moment wordt ook een monitor over de groothandel gepubliceerd. Een andere mogelijke uitbreiding van de monitor is het toevoegen van structuurinformatie die op jaarbasis beschikbaar komt. Te denken valt aan het aantal banen, het aantal bedrijven, toegevoegde waarde, productiewaarde en bedrijfsresultaten. Tevens is het mogelijk om een rubriek 'branche in beeld' toe te voegen waarbij een thema-artikel wordt opgenomen met achtergrondinformatie van de branches. Onderdelen van de themapublicatie 'Het Nederlandse Bedrijfsleven' lijken daar geschikt voor.

De reeds bestaande monitor horeca beschrijft momenteel 4 subbranches: hotels, restaurants, cafetaria's en cafés. Er wordt overwogen om deze monitor uit te breiden met 2 branches: campings, jeugdherbergen, bungalowparken (552) en kantines en catering (555). Tevens kan het aantal variabelen uitgebreid worden met vacatures en conjunctuurtest.

7.3 Web(magazine)artikelen

Ontwikkelingen binnen de handel worden gepresenteerd in de vorm van webmagazine-artikelen. Webmagazine-artikelen bieden een goede mogelijkheid om trends en opvallende ontwikkelingen binnen sectoren of afzonderlijke branches binnen de handel te laten zien. Er is gewerkt aan artikelen met de volgende onderwerpen:

- Meer meubels verkocht (publicatie op 23 mei 2007);
- Fietsen meer in trek (publicatie op 9 juli 2007);
- Consumentenelektronica (publicatie op 3 december 2007).

7.4 Persbericht

FES ziet graag onderzoek voor verbetering van het persbericht detailhandel. Het persbericht heeft twee type klanten:

1. De mensen uit de detailhandel die graag omzetinformatie willen zonder koopdagcorrectie, zodat ze de maandomzet rechtstreeks kunnen vergelijken met hun omzet uit de kassa.
2. De journalisten die graag omzetinformatie met koopdagcorrectie zien, zodat het economische beeld goed weergegeven wordt.

De vraag is hoe omgegaan moet worden met koopdagcorrecties. Deze vraag heeft een technische kant en een presentatiekant. Bij de technische kant gaat het om vragen als: is koopdagcorrectie mogelijk op detailniveau? Bij de presentatiekant gaat het om vragen als: kun je zowel informatie met als zonder koopdagcorrectie presenteren?

7.5 Micro-meso-macroaansluiting

In het statistische proces gebeuren allerlei handelingen om van de data op bedrijfsniveau (microdata) te komen tot mesodata. Mesodata zijn geaggregeerde gegevens die op Stat-Line worden gepubliceerd. Ook de overgang van mesodata naar macrocijfers, die in de Nationale Rekeningen worden gepresenteerd, kent verscheidene stappen. Om het nationale huishoudboekje sluitend te krijgen worden bijvoorbeeld posten bijgeschat die in de bronstatistieken niet voorkomen (zoals zwart werken) en worden uiteindelijk alle posten 'ingepast'. Eind 2007 zal daarom een document gemaakt worden dat meer inzicht geeft in het statistische proces van de handelsstatistieken. Het doel is om inzichtelijk te maken hoe men van microdata tot mesodata komt en hoe men van mesodata tot macrocijfers van Nationale Rekeningen komt.

7.6 Conclusie

De toegankelijkheid van statistische informatie op het gebied van de handel kan worden verbeterd door verschillende publicaties en eindproducten. Dit jaar en komend jaar wordt een aantal uiteenlopende publicaties en andere producten opgeleverd.

8. Vervolgprojecten

In 2008 wordt doorgewerkt aan het deelproject *Handel* en worden de resultaten overgedragen aan en geïmplementeerd in de reguliere statistiek. De toepassingsmogelijkheden van scannerdata in de handelsstatistieken worden onderzocht. Tevens wordt gewerkt aan het verbeteren van de themapagina Handel en Horeca, het ontwikkelen van de monitor detailhandel en de monitor motor- en autobranche en het verbeteren van het persbericht van de detailhandel. Ook is een aantal lacunes doorgeschoven naar 2008.

8.1 Scannerdata

Op het gebied van scannerdata zal een aantal onderzoeken plaatsvinden. Het doel van deze onderzoeken is om een concreet beeld te krijgen over welke cijfers (op het gebied van de handel) gemaakt kunnen worden met scannerdata. Op basis van de concreet te verkrijgen resultaten en de procesgang hierbij moet het CBS beslissen of in de toekomst meer met scannerdata wordt gewerkt. Hieronder volgt een overzicht van de uit te voeren onderzoeken:

- Onderzoek representativiteit
Een belangrijke eerste stap in het analyseren van de toepassingsmogelijkheden van scannerdata is het bepalen van de representativiteit van de momenteel beschikbare scannerdata. De scannerdata zijn voor een beperkt aantal bedrijven met een groot marktaandeel beschikbaar. De informatie is redelijk dekkend, maar ook selectief.
- Onderzoek omzetcijfers
Nagegaan wordt of op basis van de scannerdata betrouwbare kortetermijnomzetschattingen kunnen worden gemaakt. Tevens wordt onderzocht of scannerdata tijdig genoeg kunnen worden opgeleverd in verband met de STS-verplichtingen en of betrouwbare schattingen van maandcijfers uit periodegegevens gemaakt kunnen worden.
- Onderzoek prijs- en volumecijfers
Scannerdata bevatten ook informatie over de prijs en het aantal verkochte producten. Onderzocht wordt of op basis hiervan de prijs- en volumecijfers verbeterd kunnen worden.
- Onderzoek omzetspecificaties naar productgroep
Naast gegevens over gerealiseerde omzetten bevatten de scannerdata ook productgegevens. Nagegaan moet worden of op basis hiervan betrouwbare omzetspecificaties naar product gepubliceerd kunnen worden.
- Onderzoek regionale cijfers
Uit scannerdata is informatie per filiaal beschikbaar. Onderzocht wordt of op basis van deze informatie regionale cijfers gemaakt kunnen worden.
- Onderzoek cijfers dynamiek
Binnen de supermarktbranche vindt er veel dynamiek plaats. Momenteel is deze dynamiek nog moeilijk op statistisch niveau vast te leggen. Onderzocht wordt of deze dynamiek beter vastgelegd kan worden aan de hand van de filiaal informatie uit de scannerdata.
- Onderzoek feestdag- en koopdagcorrectie
Er moet onderzocht worden in hoeverre de invloed van feestdagen en het aantal koopdagen beter zichtbaar gemaakt kan worden met scannerdata.

- Onderzoek gebruik scannerdata in een breder kader
Naast het gebruik van scannerdata voor de CPI en de detailhandel moet ook het gebruik van scannerdata in een breder sociaal en economisch kader bekeken worden. Als voorbeeld kan worden genoemd: het gebruik van scannerdata in het beschrijven van de productie-consumptie-keten.
- Onderzoek andere branches
Het CBS heeft een visiedocument gemaakt over de CPI in de toekomst. In de toekomst wil het CBS optimaal gebruikmaken van elektronische data (inclusief scannerdata). Dit wil zeggen dat het CBS ook de data wil ontvangen van alle branches waar gebruik wordt gemaakt van kassascangegevens. Dus niet alleen van supermarkten, maar ook van drogisterijen, doe-het-zelf zaken, elektronicazaken, warenhuizen, kledingzaken, tuincentra etc. Onderzocht moet worden in hoeverre de gegevens van deze branches bruikbaar zijn voor de handelstatistieken.

8.2 Themapagina

De themapagina Handel en horeca kan nog meer worden toegesneden op de behoeften van gebruikers, zodat het achterliggende cijfermateriaal beter toegankelijk wordt en intensiever wordt gebruikt. Onderdelen hierbij zijn webartikelen, overzicht van de verschillende publicaties en overzicht van de variabelen op het gebied van de handel. Ook beschrijvende analyses van de cijfers, waarbij verschillende statistieken worden gebruikt om een concrete onderzoeksvraag te beantwoorden, zijn geschikt om te worden gepubliceerd als artikel. Dit soort artikelen voorziet in een behoefte, en maakt tegelijkertijd voor externe gebruikers inzichtelijk hoe zij zelf statistieken in onderlinge samenhang kunnen gebruiken. In 2008 wordt dan ook onderzocht of een structurele themapublicatie op de themapagina Handel en horeca wordt gepubliceerd. Hierbij kan gebruik gemaakt worden van de ervaringen die opgedaan zijn bij de themapublicatie 'Het Nederlandse bedrijfsleven'.

8.3 Monitor

In 2007 en begin 2008 wordt – analoog aan de Industriemonitor en de Dienstenmonitor – op kwartaalbasis een elektronische monitor ontwikkeld over de detailhandel en de motor- en autobranche. Vanuit het speerpuntproject wordt gewerkt aan het opzetten van de monitor detailhandel en de monitor motor- en autobranche. Tevens wordt een bijdrage geleverd aan het publiceren hiervan op de themapagina Handel en Horeca. De ervaringen bij het opstarten van de Industriemonitor (op maandbasis) en de Dienstenmonitor (op kwartaalbasis) hebben geleerd dat een dergelijke publicatie vooral in het eerste jaar veel extra werk met zich meebrengt. De beide monitors worden binnen het project Handel en diensten ontwikkeld en vervolgens geïmplementeerd in het reguliere statistisch proces.

8.4 Onderzoek persbericht

Ook het persbericht kan mogelijk verbeterd worden. Hiervoor zal in 2008 een onderzoek plaatsvinden naar het gebruik van koopdaggecorrigeerde en niet-koopdaggecorrigeerde detailhandelscijfers. De vraag is hoe omgegaan moet worden met koopdagcorrecties. Deze vraag heeft een technische kant en een presentatiekant. Bij de technische kant gaat het om vragen als: is koopdagcorrectie mogelijk op detailniveau? Bij de presentatiekant gaat het om vragen als: wat wil de externe klant en kun je zowel informatie met als zonder koopdagcorrectie presenteren?

8.5 Lacunes

Een aantal lacunes van de in 2007 vastgestelde lacunes in de handelsstatistieken worden in 2008 opgepakt door het speerpunt (deelproject handel en deelproject tijdreeksen) in samenwerking met de reguliere organisatie.

Het oplossen van een aantal lacunes is afhankelijk van het project 'KS en secundaire bronnen'. De oplossingen voor de lacunes worden – nadat de methoden en werkwijzen goed zijn gedocumenteerd – overgedragen aan de reguliere organisatie.

Met de externe relaties – waarbij in 2007 de informatiebehoefte is geïnventariseerd – wordt het contact onderhouden om een optimale afstemming te bewerkstelligen tussen de wensen en de oplossingen. Ook het onderhouden van deze contacten wordt weer in samenwerking met de reguliere afdelingen gedaan, waardoor de contacten ook voor de toekomst geborgd blijven.

Conclusies en aanbevelingen

In dit rapport is de informatiebehoefte van externe en interne klanten van het CBS op het gebied van de detail- en groothandel weergegeven. Uit onderzoek is gebleken dat aan een deel van de informatiebehoefte reeds wordt voldaan. De beschikbare informatie staat echter verspreid op de website en is niet gemakkelijk toegankelijk.

In het kader van het verlagen van de administratieve lastendruk gaat het CBS in de loop van 2008 de kortetermijnstatistieken voor kleine bedrijven met behulp van btw-gegevens maken. Vanaf 2008 wordt gestart met schaduwdraaien voor de detailhandel. btw-gebruik kan wellicht meer gedetailleerdere gegevens voor de detailhandel opleveren, waardoor een deel van de wensen uit dit rapport zal worden vervuld. Voor het resterende deel van de wensen is verder onderzoek noodzakelijk in het vervolgproject *Handel 2008*, in andere deelprojecten binnen het speerpunt of desbetreffende taakgroep.

Een belangrijke secundaire bron voor de handelsstatistieken is scannerdata. Met behulp van scannerdata kunnen bijvoorbeeld regionale cijfers en productspecificaties voor de detailhandel worden gemaakt. Het Zweedse statistiekbureau heeft reeds ervaring met het gebruik van scannerdata in de handelsstatistieken. Dit levert in Zweden kwalitatief goede statistieken op.

In tegenstelling tot de detailhandel is er over de groothandel minder bekend. Klanten hebben aangegeven op korte termijn behoefte te hebben aan cijfers over de groothandel. Er wordt door het CBS gewerkt aan kwartaalcijfers en publicaties over de groothandel om meer inzicht te krijgen in deze branche.

Aanbevelingen

- De informatie op de website beter toegankelijk maken door het opzetten van een handelsmonitor, het schrijven van publicaties en het aanpassen van de themapagina.
- Zorg voor consistente tijdreeksen, geef bij reeksbreuken een aansluitjaar dubbel of leg de breuk voldoende ver terug.
- Onderzoek de gebruiksmogelijkheden van scannerdata in de handelsstatistieken en maak gebruik van de expertise van Zweden.
- Zorg dat de KS van de groothandel in 2008 wordt gepubliceerd.
- Besluiten over de lacunes in de informatiebehoefte communiceren naar de klanten.

Literatuur

- Altena, J.W., J. Berdowski, B. Braaksma, C. Driesen, J. van den Hof, A. de Jong, B. Kazemier, R. Okkerse-Ruitenbergh, P. Verbiest, M. Verbruggen en H. Wouters (2007), *International benchmark National Accounts, Projectgroup HNR (Redesign National Accounts)*, CBS.
- Bemmel, K. van, P.P. de Wolf (2007), *Methode- en procesbeschrijving KS en secundaire bronnen*, CBS.
- Berends-Ballast, H., G. van Gessel-Dabekaussen, J. van Melis, M. Jacobs en N. Urlings (2006), *Uitbreiding dienstenstatistieken: Resultaten speerpuntproject Handel en diensten 2006*, CBS.
- Besnard, S., P. Chevalier, P. Victor, D. Guillemot en Y. Kocoglu (2007), *ICT more and more widespread in companies*, Insee.
- Burgt van de, G., M. Das en M. Paap (2006), *Memo 06 oktober 2006 – Cursus Registergebruik Statistiekbureau Noorwegen*, CBS.
- Economisch bureau ING (2006), *Sectorstudie groothandel: Op weg naar 2010*.
- EIM (2006), *Ondernemen in de Sectoren: Feiten en ontwikkelingen 2005–2007*.
- Eurostat (2006), *Statistics 4 all, communication best practices, SIGMA – the bulletin of European Statistics*, no. 01.
- Fraichard, J. en C. Troïa (2007), *Franchise networks very visible on the business scene*, Insee.
- Lennartsson, D. (2005), *Retail trade by detailed product using administrative sources, Voorburg group on Service Statics, Statistics Sweden*.
- Mellema-Moor, I.A., M.D. Nguyen en G. Chi (2005), *Interne nota: internetverkopen*, CBS.
- Mellens, M. en J. Verbruggen (2006), *Robuuste economische groei*, ESB 15 december 2006.
- Ministerie van Economische Zaken (2005), *Groothandelsnotitie: Een verkenning van de positie van de groothandel*.
- Mortensson, B. (2006), *Methodology for statistics on sales and shares of organic products in retail trade, Statistics Sweden*.
- Mulligen van, P.H. en H. van der Grient (2005), *Nota – Het CBS breed inzetten van scannerdata*, CBS.
- Nieuwsflits *Special* HEcS+, volgnr. 7 (16 oktober 2007), CBS.
- Nieuwsflits HEcS, volgnr. 8 (6 november 2007), CBS.
- Roos, M. (2007), *Overzichtsnotitie Nederlands Taxonomie Project*, CBS.
- Schut, C. (2002), *Gebruik van scannerdata van supermarkten in de consumentenprijsindex*, CBS.
- Sundgren, B. en S. Nordbotten (2003), *Review of Statistics Denmark*, DST.
- Wallgren, A. en B. Wallgren (2007), *Register-based Statistics: Administrative Data for Statistical Purposes*.
- WRR (2003), *Nederland handelsland, het perspectief van de transactiekosten, Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid, rapporten aan de regering*, no. 66.

Begrippenlijst

ABR	Algemeen Bedrijvenregister
Bbp	Bruto binnenlands product
BO	Budgetonderzoek
Btw	Belasting over de toegevoegde waarde
COICOP	Classification of Individual Consumption by Purpose
CONGO	CONSistente gegevens Grote Ondernemingen
CoSBI	Coördinatie SBI-implementatie 2008
CPA	Products by Activity
CPB	Centraal Planbureau
CPI	Consumenten Prijs Index
DNB	De Nederlandsche Bank
EAN	European Article Number
EWL	Enquête Werkgelegenheid en Lonen
GK	Grootteklasse
HBD	Hoofdbedrijfschap Detailhandel
HEcS	Herontwerp van keten Economische Statistieken
IMPECT	IMPLementatie EConomisch Transformatieproces
KS	Kortetermijnstatistieken
KvK	Kamer van Koophandel
LISA	Landelijk Informatie Systeem Arbeidsplaatsen
NACE	Nomenclature statistique des Activités économiques of all economic activities
NR	Nationale Rekeningen
NSI	National Statistical Institutes
NSO	Brancheorganisatie voor de tabaksdetailhandel
NTP	Nederlands Taxonomie Project
NVG	Nederlands Verbond Groothandel
NWR	Nationale Winkelraad
PS	Productiestatistieken
RUG	Rijksuniversiteit Groningen
SBI	Standaard Bedrijfsindeling
SBS	Structural Business Statistics
SCP	Sociaal en Cultureel Planbureau
SSB	Sociaal Statistisch Bestand
STS	Short Term Statistics
UWV	Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringen
VAT	Value Added Tax
VIS	Vennootschap Informatie Systeem
WALVIS	Wet Administratieve Lasten In Sociale verzekeringen
WIA	Winstaangifte
XBRL	eXtensible Business Reporting Language

Bijlagen

Bijlage 1. Grootteklasse

De grootteklasse (GK) in het ABR is afgeleid van het aantal werkzame personen (werknemers). Belangrijke bronnen voor dit gegeven zijn het Handelsregister (HR) en de Uitvoeringsinstellingen Werknemersverzekeringen (UWV). Het aantal werknemers wordt meestal uitgedrukt in 'arbeidsjaren', om ook parttimers en mensen die maar een deel van het jaar gewerkt hebben 'goed' bij elkaar op te kunnen tellen.

De GK_SBS wordt ingevoerd op grond van regels van de Europese Unie. Deze nieuwe grootteklasse wordt afgeleid van het aantal werkenden in een bedrijf, ongeacht of zij in loondienst zijn of anderszins betaalde arbeid verrichten. De 'oude' grootteklasse-indeling is in principe uitsluitend gebaseerd op het aantal werknemers in loondienst. Ook voor deze grootteklasse-indeling GK_SBS wordt gebruikgemaakt van gegevens van het Handelsregister (waaronder de rechtsvorm van de bedrijven) en de Uitvoeringsinstelling Werknemersverzekeringen – UWV. Voor het maken van de KS en PS wordt gebruikgemaakt van de grootteklasse-indeling GK_PS.

Grootteklasse-indeling

Grootteklasse	Aantal werknemers in arbeidsjaren	GK_SBS	Werkende ¹⁾
0	0	0	0
1	> 0 – < 2	10	1
2	2 – < 5	21	2
3	5 – < 10	22	3 – 4
4	10 – < 20	30	5 – 9
5	20 – < 50	40	10 – 19
6	50 – < 100	50	20 – 49
7	100 – < 200	60	50 – 99
8	200 – < 500	71	100 – 149
9	500 en meer	72	150 – 199
		81	200 – 249
		82	250 – 499
		91	500 – 999
		92	1 000 – 1 999
		93	2 000 en meer

¹⁾ Aantal werkzame personen, al dan niet in loondienst.

In onderstaande tabel staat aangegeven hoe momenteel wordt waargenomen bij de KS voor de detail- en groothandel.

Bijlage 1.2 Waarneming KS

	Detailhandel	Groothandel
Integraal – primaire waarneming	GK 60– 90	GK 60– 90
Steekproef – primaire waarneming	GK 10– 50	GK 40– 50
Btw ter vervanging		GK 10– 30

Bijlage 2. Best practices

Gestelde vragen aan de NSI's

E-commerce

- Sommige bedrijven verkopen hun producten niet langer via het traditionele verkoopkanaal 'winkel', maar via het verkoopkanaal 'internet'. Publiceren jullie cijfers over de omzet naar verkoopkanaal, waarbij onderscheid gemaakt wordt naar omzet uit winkelverkoop en omzet uit internetverkoop? Zo ja, hoe doen jullie dat?

- Welke statistieken hebben jullie over ‘internetshops’ (bedrijven die hun producten alleen via internet verkopen)?
- Welke statistieken hebben jullie over consumer-to-consumer handel?
- Welke bronnen worden gebruikt voor het maken van deze statistieken?

Franchising

- Welke statistieken hebben jullie over franchising (franchisenemers en franchisegevers)?
- Welke bronnen worden gebruikt voor het maken van deze statistieken?

Groothandel

- Welke statistieken hebben jullie over de groothandel?
- Hebben jullie statistische informatie over de subactiviteiten van bedrijven in de groothandel (bijvoorbeeld logistiek, onderwijs e.d.)?

Scannerdata

Het CBS gebruikt scannerdata voor het berekenen van de consumentenprijsindex (CPI). In de toekomst wil het CBS scannerdata ook gebruiken voor meer gedetailleerde informatie over supermarkten (prijzen, omzet, aantal verkochte artikelen).

- Hebben jullie informatie over het gebruik van scannerdata in de detailhandel?

Belasting toegevoegde waarde (btw)

- Gebruiken jullie btw-gegevens voor het maken van regionale statistieken?

Bijlage 3. Publicaties

3.1 Overzicht publicaties detailhandel

Publicaties	Tijdstip van publicatie	Hoedanigheid	Doel
KS detailhandel (Statline)	1 – 5 maanden na afloop verslagmaand	Tabel	Snelle omzetcijfers.
PS detailhandel (Statline)	Uiterlijk 18 maanden na afloop verslagjaar	Tabel	Structuurinformatie op jaarbasis.
Persbericht	Maandelijks	Tekst + tabellen	Snel beeld van trend in detailhandel.
Webmagazine	Wanneer trend/ontwikkeling zichtbaar is	Artikel van 300 woorden (tekst + grafieken)	Aandacht vestigen op interessante ontwikkeling in detailhandel.
Kwartaalbericht HBD en CBS	Kwartaalbasis	Magazine	Ontwikkeling in detailhandel in samenhang met economische indicatoren.
Proefpublicatie: Het Nederlandse Bedrijfsleven 2006	2007 (proefpublicatie)	Boek	Uitvoerige bespreking van economische presentatie van detailhandel.
Statistisch jaarboek	Jaarlijks (in juni)	Boek in pocketformaat	Beeld van detailhandel in Nederlandse economie.
In de toekomst: Handelsmonitor	Kwartaalbasis	Tekst + grafieken	Beschikbare informatie toegankelijk en in een meer samenhangend geheel presenteren.

3.2 Overzicht beschikbare variabelen

	Groothandel (SBI 51)	Detailhandel (SBI 52)	Handel en reparatie consumentenartikelen (SBI 50–52)
Financiële gegevens			
Kortetermijnstatistiek (KS): omzetontwikkeling	–	5 sbi digit	
Prijs	–	5 sbi digit	
Volume	–	5 sbi digit	
Vierwekelijkse omzet supermarkten	–	4 sbi digit	
Jaarstatistiek (PS): V&W rekening	4 sbi digit	4 sbi digit	
Productiewaarde	2 sbi digit	2 sbi digit	
Toegevoegde waarde	2 sbi digit	2 sbi digit	x
Financiën van ondernemingen	2 sbi digit	2 sbi digit	
Bedrijven			
Aantal bedrijven			
naar grootteklasse	5 sbi digit	5 sbi digit	
Aantal vestigingen			
naar COROP-gebied	5 sbi digit	5 sbi digit	
per gemeente	2 sbi digit	2 sbi digit	
naar grootteklasse, activiteit, provincie	2 sbi digit	2 sbi digit	
Opheffingen	2 sbi digit	2 sbi digit	
Oprichtingen	2 sbi digit	2 sbi digit	
Faillissementen			x
Arbeid en lonen			
Aantal werknemers/werkzame personen	5 sbi digit	5 sbi digit	
Aantal banen	5 sbi digit	5 sbi digit	
Aantal vacatures	2 sbi digit	2 sbi digit	
Baankenmerken: geslacht en leeftijd	2 sbi digit	2 sbi digit	
Lonen en arbeidsduur	2 sbi digit	2 sbi digit	
Cao-lonen	2 sbi digit	2 sbi digit	
Verdiende lonen	2 sbi digit	2 sbi digit	
Arbeidskosten	2 sbi digit	2 sbi digit	
Arbeidsvolume en loonsom			x
Arbeidsproductiviteit			x
Opleidingsniveau	2 sbi digit	2 sbi digit	
Beroepsniveau	2 sbi digit	2 sbi digit	
Ziekteverzuim	2 sbi digit	2 sbi digit	
Werknemers: geslacht, leeftijd en herkomst			x
Beroepsbevolking: geslacht, leeftijd, opleidingsniveau, arbeidsduur, beroepsniveau	2 sbi digit	2 sbi digit	
Bedrijfsopleidingen			x
Flexibel dienstverband	2 sbi digit	2 sbi digit	
Zelfstandigen			x
Overig			
ICT-gebruik	2 sbi digit	2 sbi digit	
Innovatie	2 sbi digit	2 sbi digit	
R&D	2 sbi digit	2 sbi digit	
Investerings in vaste activa	3 sbi digit	4 sbi digit	
Bedrijven met octrooien en patenten	2 sbi digit	2 sbi digit	
Samenwerkende innovatoren	2 sbi digit	2 sbi digit	

3.3 Voorbeeld monitor motor- en autobranche

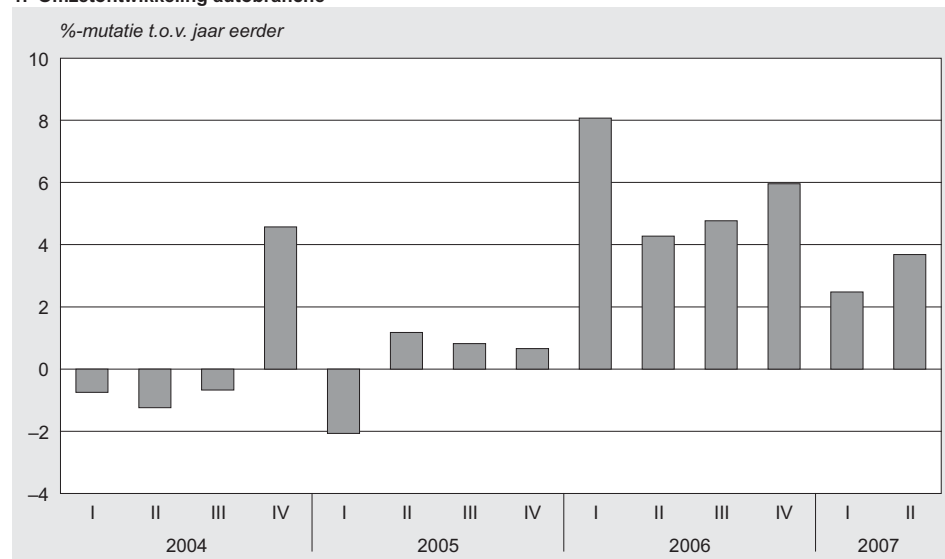
– Monitor motor- en autobranche tweede kwartaal 2007

De motor- en autobranche kunnen terugkijken op een goed tweede kwartaal. Zo nam het aantal verkochte personenauto's flink toe. De sterkste omzetgroei werd echter behaald door de bedrijfsautobranche.

Omzet autobranche stijgt

De autobranche beleefde een goed kwartaal. In het tweede kwartaal van 2007 steeg de omzet met bijna 4 procent ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder. Het was het achtste achtereenvolgende kwartaal waarin de omzet groeide. De sterkste omzetgroei in het tweede kwartaal vond plaats bij de bedrijfsauto's. Ook de autoservicebedrijven zagen de omzet flink stijgen. De handel en reparatie van motorfietsen kende daarentegen een licht omzetverlies.

1. Omzetontwikkeling autobranche

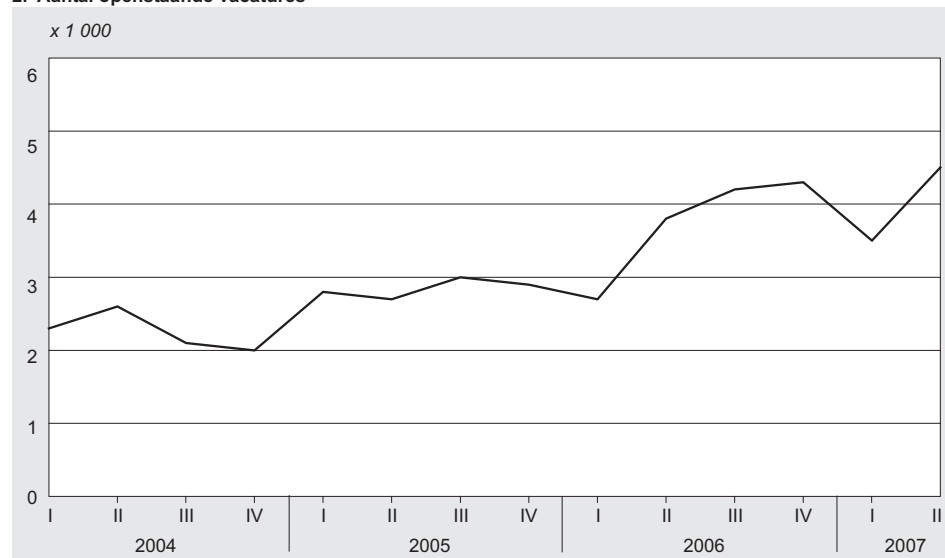


Bron: CBS.

Vraag naar personeel neemt toe

De vraag naar nieuw personeel in de autobranche nam in het tweede kwartaal van 2007 opnieuw toe. Het aantal nieuwe vacatures steeg van 4 duizend in het eerste kwartaal naar 6 duizend in het tweede kwartaal. Voor het derde achtereenvolgende kwartaal is het aantal vervulde vacatures gelijk gebleven: in totaal werden 5 duizend vacatures vervuld. Het aantal openstaande vacatures groeide in het tweede kwartaal van 2007 met 1 duizend naar 4,5 duizend.

2. Aantal openstaande vacatures

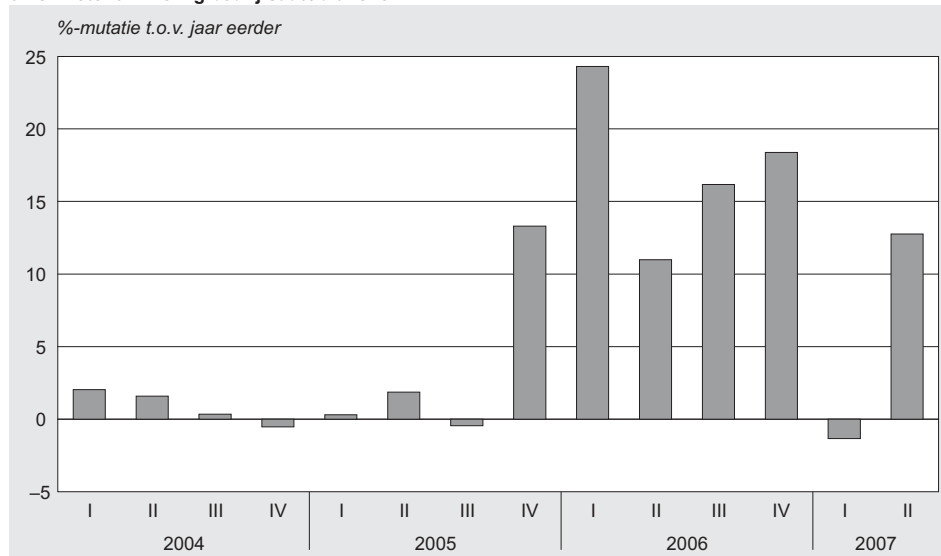


Bron: CBS.

Forse omzetgroei bedrijfsauto's

De grootste groei in de autobranche vond plaats bij de handel in en reparatie van bedrijfsauto's. In het tweede kwartaal van 2007 groeide de omzet in de bedrijfsautobranche met maar liefst 12,8 procent ten opzichte van hetzelfde kwartaal een jaar eerder. In het eerste kwartaal van 2007 was er nog sprake van een lichte omzetzakking.

3. Omzetontwikkeling bedrijfsautobranche

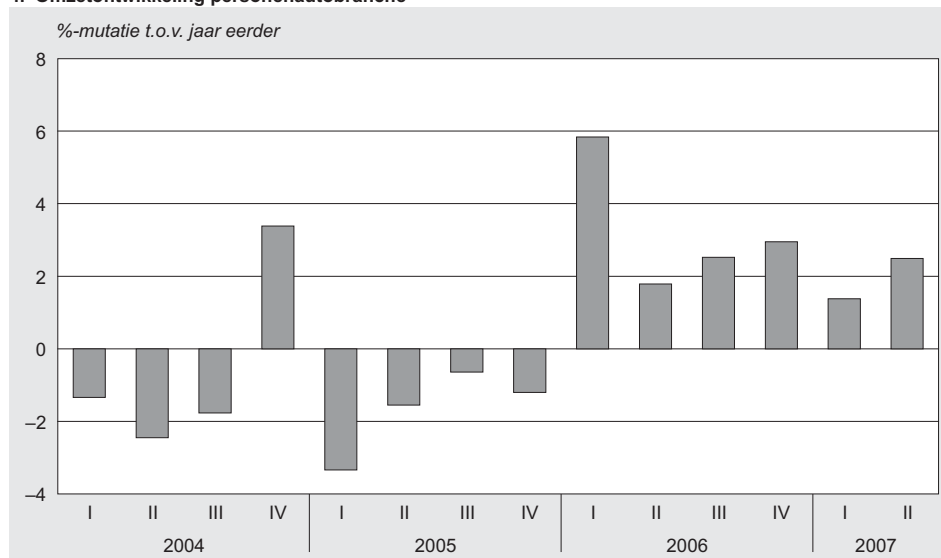


Bron: CBS.

Omzet personenautobranche toegenomen

De omzet in de personenautobranche is met 2,5 procent toegenomen ten opzichte van het tweede kwartaal van 2006. Dit is het zesde kwartaal op rij waarin de omzet groeit. De omzetsijging werd mede veroorzaakt door een sterke stijging van het aantal verkochte personenauto's. Tussen 2003 en 2005 kampte de autobranche nog met omzetzakkingen. In die jaren waren de consumenten minder gunstig gestemd over de economie en namen hun bestedingen aan auto's af.

4. Omzetontwikkeling personenautobranche

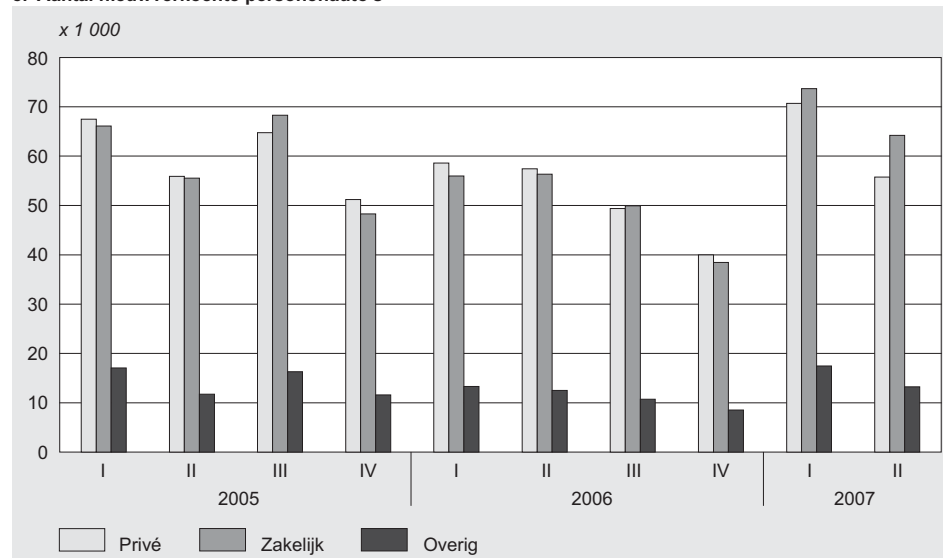


Bron: CBS.

Aandeel zakelijke markt groeit

In het tweede kwartaal van 2007 zijn ruim 133 duizend nieuwe personenauto's verkocht, 5 procent meer dan in dezelfde periode in 2006. Het belang van de zakelijke markt in de verkoop van nieuwe personenauto's is aanzienlijk. Bijna de helft van deze auto's was bestemd voor de zakelijke markt. Het aantal verkochte lease auto's nam in het tweede kwartaal met 17 procent toe ten opzichte van dezelfde periode in 2006.

5. Aantal nieuwverkochte personenauto's

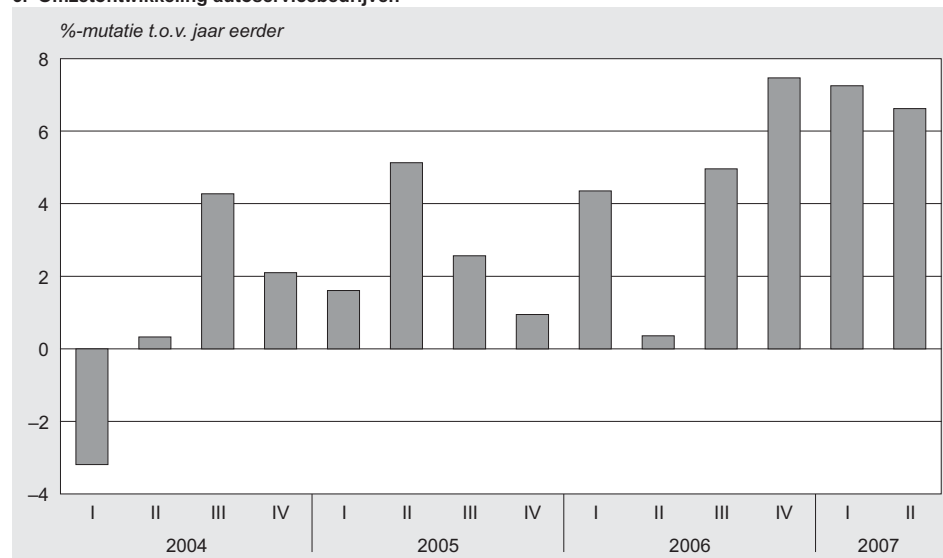


Bron: RDC.

Omzet autoservicebedrijven opnieuw fors hoger

Opnieuw behaalden de autoservicebedrijven hoge groeicijfers. De omzet was in het tweede kwartaal van 2007 6,6 hoger dan in het tweede kwartaal van 2006. Hoewel de groei iets lager is dan in het voorgaande kwartaal blijft de vraag naar autoservicediensten hoog.

6. Omzetontwikkeling autoservicebedrijven

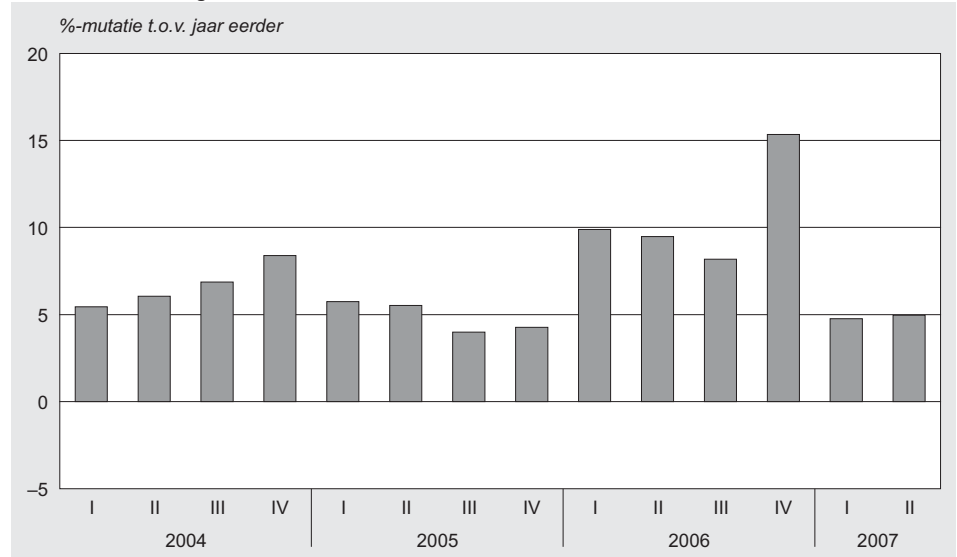


Bron: CBS.

Omzet handel in auto-onderdelen blijft stijgen

De bedrijven in de handel in auto-onderdelen hebben hun omzet in het tweede kwartaal van 2007 weer weten te vergroten ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Dit kwartaal was de omzet 5 procent hoger. Vanaf 2004 nam de omzet elk kwartaal toe, met een positieve uitschieter in het vierde kwartaal van 2006.

7. Omzetontwikkeling handel in auto-onderdelen

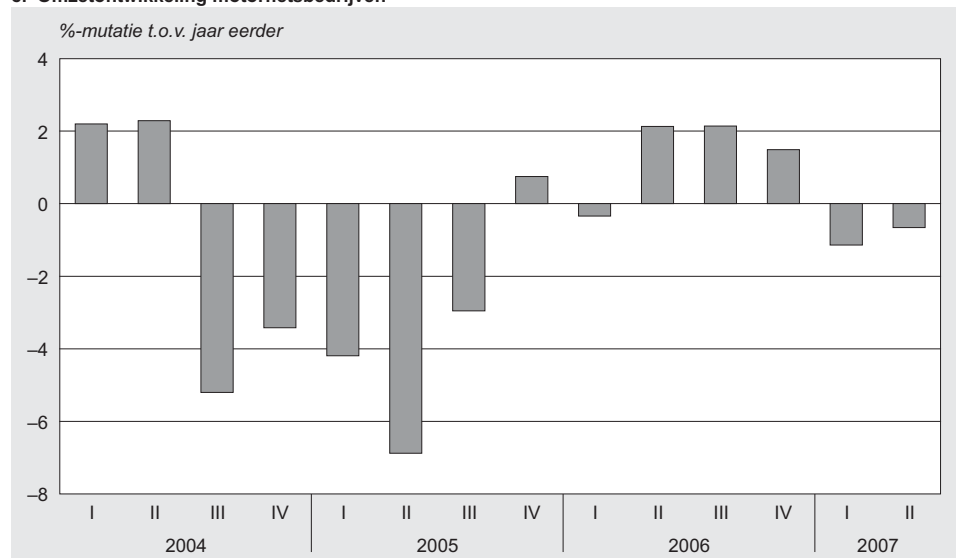


Bron: CBS.

Omzet motorfietsbedrijven daalt

Ondanks een toename van het aantal verkochte motorfietsen daalde de omzet van de motorfietsbedrijven. In het tweede kwartaal van 2007 daalde de omzet met 0,7 procent ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. De motorfietsbedrijven zijn hiermee de enige bedrijven binnen de motor- en autobranche waarbij de omzet afnam in het tweede kwartaal van 2007. In de motorbranche ligt de omzetpiek vooral in het voorjaar.

8. Omzetontwikkeling motorfietsbedrijven

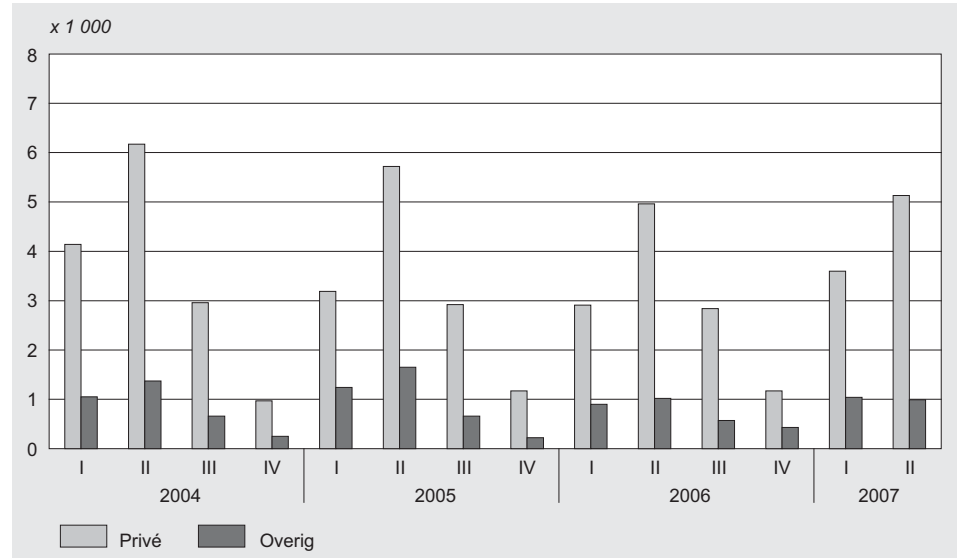


Bron: CBS.

Verkoop motorfietsen gestegen

Het gaat goed met de verkoop van motorfietsen. In het tweede kwartaal van 2007 zijn ruim 6 duizend nieuwe motorfietsen op kenteken gezet. Dat is een stijging van 2,3 procent ten opzichte van dezelfde periode een jaar eerder. Deze positieve ontwikkeling wordt mede veroorzaakt doordat steeds meer mensen de motorfiets gebruiken in het woon-werkverkeer. Verreweg de meeste motoren worden verkocht in de eerste helft van het jaar.

9. Aantal nieuwverkochte motorfietsen



Bron: RDC.