

Alphons Mantel/Peter de Wolf\*

# Marktkoncentratie en internationalisatie in de Nederlandse tabaksindustrie

## Inleiding

De kern van dit artikel bestaat uit een beschrijving van de marktverhoudingen op de Nederlandse markten voor tabaksprodukten en de relaties van de Nederlandse tabaksindustrie met multinationale ondernemingen.

De tabaksindustrie komt de laatste tijd nogal eens in het nieuws. De berichten uit de *sigarenindustrie* gaan veelal over sluiting of overname van bedrijven, inkrimping van produktie, verlies aan arbeidsplaatsen. Pas dan komen velen aan de weet, dat de meeste sigarenbedrijven al lang geen zelfstandige Nederlandse onderneming meer zijn, maar dochterondernemingen van in het buitenland zetelende multinationale ondernemingen. Voor de *sigarettenindustrie* en de *kerftabakindustrie* (voornamelijk shag) geldt zelfs, dat deze in feite geheel beheerst worden door multinationale ondernemingen. En het zijn uiteindelijk die multinationale ondernemingen, die in deze tak de belangrijke beslissingen nemen over de omvang van de investeringen en de mate van bedrijvigheid. Vorig jaar kwam de Nederlandse sigarettenindustrie in het nieuws vanwege een beschuldiging door de Europese Commissie: een zestal ondernemingen had ongeoorloofde onderlinge prijsafspraken gemaakt. In deze industrie speelt het oligopoliekarakter een dominante rol in de ondernemingsstrategieën. Het huidige economisch belang van de tabaksindustrie valt af te leiden uit de volgende indicaties.

De werkgelegenheid is in de afgelopen veertig jaar sterk teruggelopen, van 32.000 mensen in 1939 tot 8.800 op dit moment. De totale toegevoegde waarde in 1980 was f 2,1 mrd. Uitstralingseffekten zijn er voornamelijk als gevolg van de hoge bedragen aan reclame voor tabaksprodukten (f 160 mln in 1978) en verpakkingsmiddelen (f 154 mln in 1978). De bijdrage aan de

---

\* Resp. wetenschappelijk medewerker TH Delft, afd. werktuigbouw, en wetenschappelijk

hoofdmedewerker Interfaculteit Bedrijfskunde, Delft.

betalingsbalans van de handel in tabaksprodukten op zich is zeer positief: f 665 mln in 1980; gezien in combinatie met de noodzaak van invoer van ruwe tabak, resulteert toch nog een positief saldo de laatste jaren: f 100 mln in 1979 en f 160 mln in 1980. De betekenis van deze branche voor de belastingopbrengsten is zeer groot: de tabaksaccijnzen bedroegen f 2 mrd in 1980, dat was 25% van de totale accijnsopbrengsten in Nederland.

We zullen na een schets van de ontwikkelingen in de Nederlandse tabaksindustrie de mondiale betekenis van de multinationale tabaksondernemingen toelichten. Vervolgens presenteren we een kader met behulp waarvan de mogelijke oorzaken en gevolgen van concentratie- en internationalisatieontwikkelingen begrepen kunnen worden.

Tot besluit volgt een uitweiding over de betekenis van enkele vormen van economische politiek voor de mededingingssituatie in de tabaksindustrie.

## 1 Ontwikkelingen in de Nederlandse tabaksindustrie

---

### *De sigarenindustrie*

Na een aanvankelijke start (omstreeks het midden der 19e eeuw) in een paar centra als Amsterdam, Kampen en Wageningen is de sigarenindustrie verschoven naar de regio's met goedkopere arbeidskrachten. Naast de fabrieksmatige produktie, die daarna voornamelijk in de Gelderse Vallei en de Brabantse Kempen plaatsvond, werden veel bezigheden thuis verricht, vooral door vrouwen (thuisindustrie). De loonkosten hebben altijd de grootste kostenpost gevormd in de sigarenproduktie, zodat — vanuit ondernemerskant bezien — de vlucht naar gebieden met lage lonen begrijpelijk was, evenals de drang tot mechaniseren. De bedreigende invloed daarvan op het peil van de werkgelegenheid in de zwakke regio's werd nog een aantal jaren tegengewerkt via de *Wet inzake tijdelijke maatregelen betreffende de mechanisatie in de sigarenindustrie* (1936-1948), maar was uiteindelijk niet te voorkomen.

De sigarenindustrie is nog steeds de meest arbeidsintensieve tak van de tabaksindustrie, doch de invoering van nieuwe machines, die onder meer het automatiseren van het opdekken mogelijk maken, heeft in de loop der tijd tot een sterke afname van het aantal bedrijven en het aantal arbeidsplaatsen geleid. Zo waren er bijvoorbeeld in 1939 1860 sigarenbedrijven met in totaal 26.000 werknemers; in 1964 was dit geslonken tot 59 bedrijven met 10.000 werknemers en op dit moment zijn er nog slechts 11 bedrijven, die nog werk geven aan zo'n 2600 mensen in Nederland (en 2500 mensen in België).

De noodzaak tot investeren in machines om het aandeel van de stijgende loonkosten te verminderen is te verstaan in het licht van de ontwikkeling van de binnenlandse vraag naar sigaren en de uitvoermogelijkheden. Het volume van het binnenlandse verbruik van sigaren lijkt de verzadigingsfase gepaseerd en vertoont een gestage terugval, die geïllustreerd wordt in tabel 1.

tabel 1

*Volume van het verbruik van tabaksprodukten*

| jaar | sigaren<br>(mln st.) | sigarillos<br>(mln st.) | sigaretten<br>(mln st.) | kerftabak<br>(mln kg) |
|------|----------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------|
| 1960 | 1.074                | 299                     | 13.753                  | 9,5                   |
| 1965 | 1.126                | 409                     | 17.950                  | 11,2                  |
| 1970 | 1.050                | 352                     | 18.653                  | 11,8                  |
| 1976 | 874                  | 308                     | 22.523                  | 14,9                  |
| 1978 | 784                  | 268                     | 23.462                  | 14,8                  |
| 1979 | 677                  | 249                     | 26.784                  | 15,3                  |
| 1980 | 647                  | 254                     | 22.974                  | 14,7                  |
| 1981 | 586                  | 237                     | 21.189                  | 15,5                  |

*Bronnen:* CBS Produktiestatistieken en Stichting Tabaksverwerkende Industrie (Eindhoven).

Daarbij dient bedacht te worden, dat ons land in het verleden een sterke bevolkingsaanwas heeft gekend, die voor een deel de dalende tendens van het sigarenverbruik per hoofd sinds 1964-'65 heeft goedge maakt. De jongeren zijn echter nauwelijks aan de sigaar te brengen.

Tabel 2 toont het verbruik per hoofd van de verschillende tabaksprodukten in de loop der tijd.<sup>1</sup>

Het afnemende binnenlandse verbruik kan alleen gekompenseerd worden door toename van de uitvoer van Nederlandse sigaren, die op dit moment al zo'n 65% van de produktie beslaat. Tachtig procent hiervan gaat naar andere landen van de Europese Gemeenschap, de rest zoekt zijn weg over de hele wereld naar ongeveer 140 landen.

De laatste paar jaren vertoont de buitenlandse vraag ook een daling van zo'n 3% per jaar, doch hier kan ook sprake zijn van het effect van de huidige economische crisis en niet zozeer van een verzadigde vraag. Groeikansen worden met name gesignaleerd voor het produkt 'wilde' sigaar ('Wilde Havanna's', 'Wilde Sigarillo's') en

1. Zie hiervoor ook de duidelijke grafieken in A. van der Zwan en J. Verhulp, *Grondslagen en techniek*

*van de marktanalyse*, Leiden 1980, pp. 280 en 281.

*Konsumptie per hoofd van tabaksprodukten*

tabel 2

| jaar | sigaretten<br>(stuks) | sigaren<br>(stuks) | kerftabak<br>(kg) |
|------|-----------------------|--------------------|-------------------|
| 1966 | 1140                  | 101                | 0,776             |
| 1967 | 1311                  | 94                 | 0,791             |
| 1968 | 1445                  | 95                 | 0,875             |
| 1969 | 1250                  | 86                 | 0,839             |
| 1970 | 1426                  | 108                | 0,901             |
| 1971 | 1471                  | 98                 | 0,884             |
| 1972 | 1749                  | 93                 | 0,940             |
| 1973 | 1735                  | 94                 | 0,994             |
| 1974 | 1723                  | 73                 | 1,070             |
| 1975 | 1744                  | 88                 | 1,038             |
| 1976 | 1630                  | 86                 | 1,078             |
| 1977 | 1934                  | 78                 | 1,137             |
| 1978 | 1678                  | 76                 | 1,066             |
| 1979 | 1901                  | 66                 | 1,086             |
| 1980 | 1624                  | 64                 | 1,037             |
| 1981 | 1487                  | 58                 | 1,09              |

*Bron: CBS, Stichting Tabaksverwerkende Industrie.*

voor landen buiten de EG, zoals Australië, Zuid-Afrika en de Verenigde Staten. Het benutten van de nog aanwezige groeikansen wordt echter afhankelijk geacht van de mogelijkheid om de kostprijs en daarmee de verkoopprijs van de sigaar te drukken door middel van grootschaliger produktiemethoden (mechanisatie) en terugdringing van de faktor arbeid, die nog steeds een dominante rol in de produktie speelt, zeker in vergelijking met de sigarettenindustrie. Dit kan met name blijken uit tabel 3, waarin de verhouding van de arbeidskosten tot het waardeverschil (= verschil tussen produktiewaarde en de som van het totale verbruik tijdens de produktie inclusief diensten van derden en energie) voor de drie deelsektoren is weergegeven.

*Relatieve verhouding arbeidskosten/waardeverschil*

tabel 3

| %                   | 1975 | 1976 | 1977 | 1978 |
|---------------------|------|------|------|------|
| sigarenindustrie    | 55   | 54   | 60   | 63   |
| sigarettenindustrie | 36   | 36   | 37   | 35   |
| kerftabakindustrie  | 66   | 61   | 57   | 61   |

*Bron: CBS.*

We kunnen konkluderen, dat de gestage daling van het volume van de binnenlandse afzet van sigaren sinds het einde der jaren zestig, en de noodzaak van efficiëntere produktiemethoden ten einde de uitvoer te kunnen verhogen, de basisfactoren waren die hebben geleid tot sterke vermindering van het aantal ondernemingen en tot initiatieven van fusies en overnames. De kleine (veelal familie-) bedrijven konden zelf niet het kapitaal opbrengen voor de noodzakelijke investeringen in machines en marketingactiviteiten. Douwe Egberts nam een paar sigarenfabrieken onder zijn hoede voordat deze onderneming zelf in 1977 door een Amerikaanse multinational werd overgenomen. Het merendeel der sigarenbedrijven werd overgenomen door een der multinationale tabakskoncerns, die genoeg kapitaal hadden voor de nodige investeringen en de eventuele marktmogelijkheden beter kunnen realiseren vanwege hun internationale vertakkingen en schaalvoordelen op marketinggebied. Tabel 4 toont de fusies en overnames in de tabaksindustrie in Nederland, die zich voornamelijk hebben afgespeeld in de sigarenindustrie.

Op dit moment zijn er nog een handvol zelfstandige Nederlandse sigarenondernemingen, zoals Agio, Hofnar en Cadena-Claassen. Agio heeft ook een stuk produktiespreiding gerealiseerd door middel van een vestiging in Malta. In tabel 5 zijn de marktaandelen van de sigarenondernemingen in 1980 weergegeven tezamen met de behorende concernen.

Agio en Hofnar, die beide nog zelfstandig zijn, hadden samen al een aanzienlijk marktaandeel van bijna 30%; de verkoop van de Panteren Balmoralbedrijven van Douwe Egberts aan Agio op 1 juni 1983 brengt dat op zo'n 37%.

Bij een fusie of overname zijn minstens twee partijen betrokken. De motieven van de kant van een aantal Nederlandse sigarenondernemingen hebben we al genoemd: de slechte financiële positie als gevolg van afzetdaling, gekombineerd met een behoefte aan kapitaal voortvloeiend uit de noodzaak van het toepassen van moderne produktie- en marketingmethoden om zo de uitvoer te kunnen uitbreiden.

We moeten nu nog de motieven van de andere partijen, de multinationale tabakskonglomeraten, te weten zien te komen. Het CBS<sup>2</sup> heeft de fusie- en overnamemotieven voor de voedings- en genotmiddelenindustrie als geheel onderzocht, zodat de specifieke motieven voor de tabaksindustrie niet naar voren komen. Wel blijkt in het algemeen bij overgenomen bedrijven het

Overzicht van overnames en fusies van Nederlandse tabaks-  
ondernemingen

tabel 4

| jaar | overgenomen of gefuseerde onderneming                 | overnemende of partner-onderneming                       |
|------|---|--|
| 1963 | Schimmelpenninck                                      | Rothmans (50%)   |
| 1966 | Henri Wintermans                                      | BAT (100%)   |
| 1967 | Elisabeth Bas/La Paz                                  | Svenska Tabak/Swedish Tobacco (100%)                     |
| 1968 | Willem II   | Consolidated Cigar Corp. (100%*)<br>(Gulf & Western, VS) |
| 1969 | Panter  | Douwe Egberts (50%)                                      |
| 1970 | Velasques   | BAT (100%)   |
| 1970 | Blok (importeur)                                      | Philip Morris  |
| 1970 | Ritmeester  | American Brands (99,8%)<br>(via Gallaher UK)             |
| 1972 | Laurens en Gruno                                      | Rothmans (95%)<br>(via Tabacofina)                       |
| 1972 | Schimmelpenninck                                      | Rothmans (100%)  |
| 1973 | Niemeyer  | American Brands (100%)<br>(via Gallaher UK)              |
| 1975 | Panter  | Douwe Egberts (100%)                                     |
| 1976 | volledige samenvoeging van Panter met Smit & Ten Hove | Douwe Egberts  |
| 1977 | Douwe Egberts   | Consolidated Foods (VS) (65%)                            |
| 1977 | Van Nelle   | Standard Brands (VS) (100%)                              |
| 1983 | Panter en Balmoral (Douwe Egberts)                    | Agio (100%)  |

\* Inmiddels weer zelfstandig (1983).

besproken financieringsmotief het meest vaak genoemde motief, terwijl redenen met betrekking tot marktposities c.q. diversifikatie bij de overnemende bedrijven het meest voorkwamen. Daarbij zal bij de beslissing tot overname van een onderneming in de tabakssector zeker de overweging een rol hebben gespeeld, dat andere multinationale concerns ook geïnteresseerd waren. De beste manier om het risico uit te schakelen dat andere concerns hun belangen uitbreiden in een bepaald land, is ze een slag voor te zijn. Dit is typerend voor een oligopoliesituatie: de wederzijdse afhankelijkheid van elkaars strategische activiteiten, vooral met het oog op expansie van marktaandelen.<sup>3</sup>

tabel 5

*Schema van de Nederlandse sigarenmarkt*

| onderneming      | marktaandeel | beherend concern                        |
|------------------|--------------|---|
| Willem II        | 31%          | Consolidated Cigar (Gulf & Western)     |
| Agio             | 19%          | zelfstandig                             |
| La Paz/Elis. Bas | 18%          | Swedisch Tobacco (Zweeds staatsbedrijf) |
| Ritmeester       | 14%          | Gallaher (American Brands)              |
| Hofnar           | 10%          | zelfstandig                             |
| Panter           | 7%           | Douwe Egberts (Consolidated Foods)      |
| Overige          | 1%           |   |

Op langere termijn zullen bij de multinationals de eisen van rentabiliteit op het geïnvesteerde vermogen in de Nederlandse sigarenondernemingen evenzeer gelden als bij hun andere investeringen. Bij tegenvallende resultaten zullen ze overgaan tot saneringen, ontslagen, sluiting of afstoting van onrendabele ondernemingen. Dit proces is al aan de gang. Bij Ritmeester werden al twee van de drie fabrieken gesloten, Douwe Egberts (van Consolidated Foods) heeft de Panter- en Balmoralfabrieken verkocht aan Agio. Willem II is onlangs — nadat er reeds ontslagen waren gevallen — weer een zelfstandige onderneming geworden, nadat Gulf and Western te kennen had gegeven de gehele tabaks-  
 sektor te willen afstoten.

Leek het er in eerste instantie op, dat de overnames in de sigaren-industrie door multinationale ondernemingen een zeker voortbestaan van deze ondernemingen konden garanderen via voorgenomen kapitaalinjecties, in laatste instantie zullen toch de rentabiliteitseisen de doorslag geven met alle gevolgen van dien.

**Kerftabak**

De kerftabaksindustrie, de oudste tak van de Nederlandse tabaksverwerkende industrie, is van oudsher een ambachtelijk bedrijf geweest, waar met behulp van eenvoudige productieprocessen pijp- en pruimtabak en shag werden gemaakt. In het verleden

3. Mr Th. van Berkum, voorzitter van de Nederlandse Vereniging voor de Sigarenindustrie, opperde in *Elseviers Weekblad* van 15 januari 1983 als motief, dat sigaren als mogelijke substituten van sigaretten

zouden kunnen fungeren. Deze suggestie kan verworpen worden, omdat het twee volstrekt verschillende marktsegmenten betreft, met ieder hun eigen kenmerken.

bestonden er vele kleine bedrijven, veelal gesitueerd in de regio's Door mechanisering en grootschaliger produktie verdwenen ook hier veel bedrijven. In 1939 waren er 296 bedrijven met in totaal 2875 werknemers, in 1964 was dit gereduceerd tot 29 bedrijven met 2100 werknemers en momenteel zijn er nog slechts 5 grote bedrijven, met 2900 werknemers.

De vermindering van het aantal ondernemingen hangt samen met de verandering in produktietechnologie. Echter, bij het beoordelen van de konzentratie moet behalve met het aantal bedrijven ook met de scheefheid in de verdeling der marktaandelen rekening worden gehouden. Deze komt duidelijk naar voren in het schema van de shagmarkt van Nederland, waarin de marktaandelen van de ondernemingen, hun merken en hun multinationale moeder-ondernemingen worden getoond (zie tabel 6). Omdat het bij de markt voor kerftabaksprodukten momenteel voor 95% om shag gaat, is de shagmarkt bepalend voor de branche.

*Schema van de Nederlandse shagmarkt (1980)\**

tabel 6

| merken   | onderneming    | markt-<br>aandeel | moeder-<br>maatschappij |
|--|----------------|-------------------|-------------------------|
| Drum<br>Rider<br>Winner<br>Brandaris<br>Kentuck<br>Van Nelle | Douwe Egberts  | 38%               | Consolidated Foods      |
| Samson<br>Sterling<br>Javaanse Jongens                       |                |                   |                         |
| Bison<br>Twin<br>Dragon<br>Judo                              | Gruno          | 3%                | Rothmans                |
|  | V.d. Biggelaar | 1%                | zelfstandig             |

\* Geschat op basis van diverse jaarverslagen.

De overheersende marktposities van de drie grootste ondernemingen blijken duidelijk uit de cijfers. Opvallend is, dat deze markt voor kerftabaksprodukten wordt gedomineerd door producenten, die hun hoofdbezigheden in de koffiebranche hebben. De multinationale moederondernemingen zijn dan ook eerder voedingsmiddelenmultinationals dan tabaksmultinationals te noemen, vanwege de grote voedingsmiddelendivisies.



Wat de Nederlandse ondernemingen betreft zal het koloniale verleden van Nederland hier de verklaring voor zijn, met name het voormalig bezit van Indonesië. Indonesië was en is nog steeds belangrijk voor de toelevering voor de Nederlandse shag- en sigarenindustrie, maar is óók een gebied met groeiende afzetmogelijkheden. Douwe Egberts en Van Nelle hebben sinds 1974 een joint-venture, Tembakau, gevestigd in Jokjakarta. Aan de afzetkant zijn de vooruitzichten voor de shagindustrie zeer gunstig. Het binnenlands verbruik per hoofd vertoont een stijging en de uitvoer groeit zeer fors: de verhouding tussen het volume van de uitvoer en dat van de produktie is van 1965 tot 1978 meer dan verdrievoudigd, van 10 naar 32%. Vooral de Westduitse shagmarkt groeit sterk; van de in Nederland geproduceerde hoeveelheid shag (21 mln kg in 1980) gaat zo'n 3 mln kg naar de BRD. Het Nederlandse marktaandeel bedraagt daar 25%. Ook een grote afnemer is de Australische markt, waar 2 mln kg Nederlandse shag in 1980 zijn weg vond en waar het Nederlandse marktaandeel 50% bedroeg.

#### *De sigarettenindustrie*

De sigarettenindustrie vertoont grote verschillen met de sigarenindustrie. Vanouds zijn de kenmerken van de sigarettenindustrie: kapitaalintensieve produktie op grote schaal, afwezigheid van ambachtelijke bezigheden en thuiswerkers, situering in de steden en verzorging van het aanbod door een gering aantal ondernemingen.

Hoewel het huidige produktievolume een veelvoud is van dat van zo'n 40 jaar geleden, is de verandering van het aantal werknemers in de loop der tijd zeer gering. Het heeft steeds in de orde van grootte van 2000 tot 2500 gelegen, en ligt nu op ongeveer 2600. Ook de wijziging in het aantal ondernemingen in deze branche is niet zo spektakulair als in de sigarensector. In 1939 waren er 17 sigarettenondernemingen, terwijl er nu nog 7 zijn.

De mate van ondernemingskoncentratie op de afzetmarkt was toentertijd al hoog: in 1939 beheersten 9 ondernemingen 99,5% van de markt, zodat er voor de resterende 8 slechts een half procent te verdelen was. Het grote verschil met die tijd is gelegen in de omstandigheid, dat nu alle sigarettenondernemingen in Nederland behoren tot een van de vijf volgende buitenlandse multinationale ondernemingen: de Rembrandt/Rothmans-groep, British-American Tobacco (BAT of BATCO), Reynolds Industries, American Brands Industries en Philip Morris. Het schema in tabel 7 heeft een beeld van de sigarettenmarkt in Nederland; van de bekendste merken via de producerende ondernemingen tot aan de beherende multinationale concerns.

De ontwikkeling van de marktaandelen van de sigaretten-ondernemingen in de loop der tijd zien we in figuur 1 en tabel 8 aangegeven.

*Schema van de Nederlandse sigarettenmarkt*

tabel 7

| bekendste merken | onderneming in Nederland | markt-aandeel (1980) | moeder-maatschappij                             |
|------------------|--------------------------|----------------------|---|
| Caballero        | Laurens                  | 26%                  | Rembrandt/<br>Rothmans*<br>(Zuid-Afrika)        |
| Tivoli           |                          |                      |   |
| Golden Fiction   |                          |                      |   |
| Peter Stuyvesant | Turmac                   | 23%                  |   |
| Dunhill          |                          |                      |   |
| Lexington        |                          |                      |   |
| Golden American  | Gruno                    | 1%                   |   |
| Kent             |                          |                      |   |
| Lord Extra       | BAT Nederland            | 23%                  | British-American<br>Tobacco (BAT)<br>(Engeland) |
| Mantano          |                          |                      |   |
| Pall Mall        |                          |                      |   |
| Gladstone        |                          |                      |   |
| Belinda          | Reynolds                 | 10%                  | Reynolds<br>(Verenigde Staten)                  |
| Camel            |                          |                      |   |
| Roxy             | Niemeyer                 | 7%                   | American Brands<br>(Verenigde Staten)           |
| Kelly            |                          |                      |   |
| Philip Morris    | Philip Morris            | 7%                   | Philip Morris<br>(Verenigde Staten)             |
| Marlboro         |                          |                      |   |
| Runner           |                          |                      |   |
| Hunter           |                          |                      |   |

\* Inmiddels verbonden met Philips Morris.

De concentratie en de internationalisatie in de sigarettenindustrie hebben alles te maken met het streven van de zogenaamde tabakskonglomeraten naar de mondiale beheersing van de activiteiten op tabaksgebied. Voor de marktverhoudingen in Nederland was 1972 een belangrijk jaar vanwege de inlijving van Ed. Laurens (met het grootste marktaandeel in Nederland) en Gruno in het Rembrandt/Rothmans-koncern. Vóór die tijd, met name in de periode van 1966 tot 1970, leek er sprake van een forse strijd om de marktaandelen, vooral tussen Laurens en BAT. Laurens, dat al sinds 1928 een dochter van het Belgische Tabacofina-koncern is, moest een behoorlijke veer laten: het marktaandeel viel in die vier

tabel 8

## Marktverdeling op de sigarettenmarkt (vol. %)

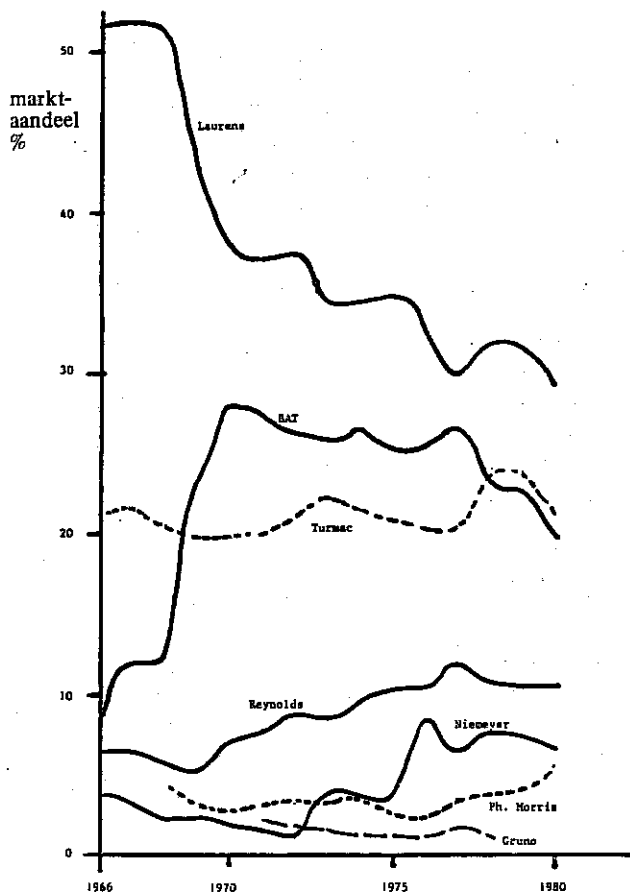
| jaar              | Laurens | Turmac | BAT  | Reynolds | Niemeyer | Ph. Morris | Gruno |
|-------------------|---------|--------|------|----------|----------|------------|-------|
| 1966              | 51,6    | 21,1   | 8,4  | 6,5      | 3,8      |            |       |
| 1967              | 51,8    | 21,6   | 12,1 | 6,4      | 3,2      |            |       |
| 1968              | 51,3    | 20,7   | 12,2 | 5,9      | 2,0      | 4,4        |       |
| 1969              | 42,7    | 19,8   | 23,6 | 5,1      | 2,6      | 3,1        |       |
| 1970              | 37,8    | 19,9   | 28,0 | 7,0      | 1,9      | 2,9        |       |
| 1971              | 37,2    | 20,1   | 27,2 | 7,8      | 1,4      | 3,4        | 2,2   |
| 1972              | 37,4    | 21,1   | 26,3 | 8,8      | 1,1      | 3,4        | 1,9   |
| 1973              | 34,1    | 22,4   | 25,9 | 8,5      | 3,9      | 3,5        | 1,7   |
| 1974              | 34,3    | 21,4   | 26,7 | 9,2      | 3,5      | 3,7        | 1,6   |
| 1975              | 34,7    | 20,8   | 25,7 | 10,3     | 3,5      | 2,6        | 1,3   |
| 1976              | 32,3    | 20,5   | 25,4 | 10,6     | 8,2      | 2,3        | 1,3   |
| 1977              | 29,6    | 20,0   | 26,7 | 11,8     | 6,4      | 3,3        | 1,9   |
| 1978              | 32,0    | 23,6   | 23,0 | 10,5     | 7,7      | 3,7        | 1,1   |
| 1979              | 31,2    | 23,9   | 22,9 | 10,4     | 7,5      | 4,1        |       |
| 1980 <sup>1</sup> | 26      | 23     | 23   | 10       | 7        | 7          | 1     |

1. Publikatieblad van de EG Nr. L 232/5.

Bron: *Ariadne, Revu der reclame-expres*, 1975; *Tabaktueel*, vakblad voor de tabaksdetailhandel, Maarsbergen.

jaar terug van 51 naar 37%. BAT was de grote winnaar met een stijging van het marktaandeel van 8 naar 28%. Turmac van het Zuidafrikaanse Rembrandt/Rothmans-koncern handhaafde weliswaar het eigen marktaandeel op ongeveer 20%, maar zag zich wel voorbijgestreefd door BAT. Het actieve BAT-koncern had eveneens in die tijd een aardig marktaandeel in West-Duitsland veroverd. Het lijkt zeer waarschijnlijk, dat om deze redenen het Rembrandt/Rothmans-koncern zijn positie in West-Europa heeft willen versterken. Dit gebeurde in 1972 door de overname van het Westduitse koncern Martin Brinkmann, dat toen al eigenaar was van Tabacofina, waaronder Laurens-ondernemingen ressorteerden in Nederland, België en Zwitserland, alsmede de Nederlandse onderneming Gruno. Brinkmann had in West-Duitsland een marktaandeel van 20% tegenover een aandeel van 25% voor BAT; in België veroverde het Rothmans-koncern in één klap een marktaandeel van 46%.

In 1981 verwierf de Philip Morris-groep een niet onaanzienlijk deel van Rothmans: 50% van het aandelenkapitaal en de stemrechten



van Rothmans Tobacco Holdings Ltd. werd overgenomen door Philip Morris Inc.<sup>4</sup>, zodat de Rembrandt-groep en de Philip Morris-groep nu gezamenlijk eigenaar zijn van het Rothmans-koncern. Voor het bepalen van de werkelijke marktverhoudingen op de Nederlandse sigarettenmarkt, dienen we te kijken naar de marktposities van de multinationale ondernemingen. Het gezamenlijk marktaandeel van de Rembrandt/Rothmans-groep en de Philip Morris-(Rothmans)groep bedraagt nu 57%. Wanneer men daarnaast het marktaandeel van BAT beziet, dan blijkt pas goed, hoe hoog de

4. Hierop zijn wij geattendeerd door prof. mr H.W. Wertheimer.

koncentratie is: 80% van de markt wordt in wezen beheerst door slechts twee financieel van elkaar onafhankelijke beslissingscentra.

Op welke wijze en in welke mate er nu nog sprake is van concurrentie op de Nederlandse sigarettenmarkt, is niet eenvoudig te achterhalen. Het is echter zeer onwaarschijnlijk dat er op deze markt nog prijsconcurrentie bestaat. In een verzadigde markt zal de prijselasticiteit van de vraag zeer gering zijn en daarbij zal het middel van prijsdalingen ten einde marktaandeelen van andere ondernemingen te veroveren geschuwd worden, vanwege de mogelijke reperkussies.

Op elkaar afgestemde gedragingen verminderen de onzekerheid over elkaars activiteiten, en daar is in iedere oligopoliesituatie behoefte aan. Sedert 1974 bestaan er mogelijkheden tot formeel overleg tussen de sigarettenondernemingen, verenigd in de Stichting Sigaretten Industrie, en het ministerie van Economische Zaken. Het belangrijkste onderwerp betreft de prijzen van sigaretten; de overheid is daarin sterk geïnteresseerd, in het kader van het prijsbeleid en het accijnsbeleid. Deze geïnstitutionaliseerde wijze van prijsvorming kan de betrokken ondernemingen de gelegenheid geven tot coördinatie van prijsgedrag zonder gebruik te hoeven maken van andere vormen van afspraken (zoals bijvoorbeeld het volgen van het prijsgedrag van de onderneming met het grootste marktaandeel).

Er zijn echter meer vormen mogelijk van mededinging om markt-aandelen. Buiten de eerder beschreven overnamestrategieën is er het middel van grote marketinginspanningen, en de methode van de produktdifferentiatie, die in deze branche welhaast als onderdeel van de marketing-mix beschouwd kan worden. Immers de enige belangrijke produktinnovatie die we in de sigarettenindustrie hebben kunnen waarnemen is de filtersigaret. Het aandeel van deze variant is tot zo'n 62% van de totale sigarettenconsumptie gestegen, mede dankzij een geslaagd appèl aan de vrouwelijke konsumenten. Een herhaling van een dergelijk succes lijkt voor de laatste innovatie, de sigaretten met een laag teergehalte, niet weggelegd.

Waar echte produktinnovaties schaars zijn, vinden we in de regel hoge marketinguitgaven ter handhaving van de verkregen markt-aandelen. Wie achterblijft in de reclamerace, verliest terrein. Wat dit betreft is de sigarettenindustrie goed vergelijkbaar met bijvoorbeeld de wasmiddelenindustrie. Het echte bedrag aan reclame-uitgaven voor de tabaksindustrie in Nederland is niet te achterhalen, daar dit tot de strategische gegevens behoort. Het ministerie van Economische Zaken schat het bedrag voor 1980 op f 160 mln.<sup>5</sup>

Voor een aantal westerse landen lijkt het erop, dat het sigarettenverbruik per hoofd een zeker verzadigingsniveau heeft bereikt; echter in evenzovele landen zullen er nog groeimogelijkheden voor het verbruik bestaan. Voor Nederland werd de ontwikkeling van het verbruik per hoofd al weergegeven in tabel 2. Anders dan in het geval van de ontwikkeling van de sigarenconsumptie per hoofd, is er hier geen sprake van een dalende tendens. Het rookgedrag van de gemiddelde sigarettenkoker lijkt vrij konstant en op een bepaald maximumpeil aangeland. Gegeven ook een afnemende groei van de bevolking kan op expansie van het binnenlands verbruik niet meer gerekend worden, temeer daar er geen redenen zijn om te veronderstellen, dat er nog gaten in de markt zijn.

De uitvoer van de in Nederland geproduceerde sigaretten gaat voor het overgrote deel naar andere EG-landen: West-Duitsland, Frankrijk en Italië. De uitvoermogelijkheden naar Frankrijk en Italië zijn sedert 1976 verruimd (deze landen hebben staatsmonopolies) en voor de niet-staatsmerken zullen daar zeker groeimogelijkheden aanwezig zijn. Al met al hoeven de vooruitzichten met betrekking tot het totale afzetvolume van de in Nederland geproduceerde sigaretten zeker niet somber te zijn.

## **2 De mondiale betekenis van de tabaksmultinationals**

---

Op de wereldmarkt voor tabaksprodukten (voor 90% sigaretten) kan een onderscheid worden gemaakt tussen landen met vrije markten voor deze produkten, en landen met staatsmonopolies daarin, zoals in de EG Frankrijk en Italië, en de Oosteuropese landen. Deze staatsmonopolies bezitten alle bevoegdheden op het gebied van areaalbeperkingen, tabaksteeltvergunningen, verkoopprijs, invoer en distributie van tabaksprodukten.

De vrije sigarettenwereldmarkt wordt voor 80% beheerst door de tabaksmultinationals, met een dominante rol voor BAT, Philip Morris, Rembrandt/Rothmans en Reynolds. In bepaalde landen spelen andere concerns een rol mee, zoals Standard Brands in de Verenigde Staten, Engeland en Nederland, de Imperial-groep (zeer sterk in Engeland) en het Westduitse Reemtsma-koncern in West-Duitsland en bijvoorbeeld Argentinië. Gulf and Western heeft slechts een beperkt belang in de tabaksindustrie en wel in de sigarensektor via Consolidated Cigar (voormalig eigenaar van Willem II); deze multinational heeft te kennen gegeven dat belang te willen afstoten.

Volgens de formele richtlijnen van de Europese Gemeenschap

---

5. Zie *Bedrijfstakverkenning 1980, industrie.*  
nr 1: *Voedings- en genotmiddelen-*

hebben de staatsmonopolies in de lidstaten niet het recht om andere ondernemingen te weren van de markt. In de praktijk echter betekent de beheersing van het distributienet door een staatsmonopolie, dat zonder samenwerking daarmee geen enkel marktaandeel van enig belang is te verwerven. Sinds 1976 worden door particuliere ondernemingen invoercontacten met de staatsmonopolies in Frankrijk en Italië afgesloten. De uitvoer van in Nederland geproduceerde sigaretten is sindsdien sterk toegenomen. Momenteel bestaat ongeveer 20% van het Franse sigarettenverbruik uit ingevoerde merken, terwijl dit in Italië al op ongeveer 30% ligt. Bij eventuele vrijmaking van de markten in deze landen (onder invloed van de EG-richtlijnen over staatsmonopolies) zal de invloed van de tabaksmultinationals danig toenemen.

Uit een overzicht van de marktaandelen van de multinationals in een groot aantal landen<sup>6</sup> blijkt het BAT-koncern in meer landen marktposities verworven te hebben dan enige andere tabaksmultinational. In veel landen heeft één der tabaksmultinationals vaak een monopoliepositie, of een positie die daar dicht tegenaan zit. Dit geldt bijvoorbeeld in Brazilië (BAT: 75%), Ghana (BAT: 100%), Kenia (BAT: 100%), Sri Lanka (BAT: 100%), El Salvador (BAT: 76%), Venezuela (Philip Morris: 76%), Jamaica (Rembrandt/Rothmans: 68%), Nieuw-Zeeland (Rothmans: 70%). Een zekere territoriale verdeling van de invloedssfeer lijkt tussen de multinationals overeengekomen, maar onderwijl zijn in bepaalde landen toch duidelijke gevechten om marktaandelen gesignaleerd, zoals in het voorbeeld van de overname van Brinkmann door Rothmans werd geïllustreerd.

Overigens richten de multinationals in toenemende mate hun aandacht op derde-wereldlanden, dit keer niet vanwege de ruwe tabak, maar vanwege de hoop op groeiende afzet van tabaksprodukten in deze landen, nu de vraag naar deze produkten in de rijkere landen het verzadigingspeil bereikt lijkt te hebben. Deze signalen van verzadiging hebben er waarschijnlijk mede toe geleid dat de *diversifikatiestrategie* door de tabaksmultinationals in groeiende mate wordt gehanteerd. Het verwerven van belangen in andere bedrijfstakken leidt tot risikospreiding van het geïnvesteerde vermogen en tot minder sterke afhankelijkheid van bepaalde grondstoffenmarkten of bepaalde afzetmarkten. Zo bestaat de omzet van BAT nog voor ongeveer 65% uit tabaksprodukten, terwijl het koncern daarnaast belangen heeft in de groothandel, de papier- en de kosmetika-industrie. Philip Morris heeft naast de hoofdkomsten uit de

---

6. UNCTAD, *Marketing and distribution of tobacco*, Genève 1978.

tabaksdivisie (75%) inkomsten uit de brouwerij- en frisdrankenindustrie (20%; onder andere Seven-Up) en diverse andere industrieën, zoals voedingsmiddelen, chemikaliën en verpakkingsmiddelen. De Rembrandt-groep was oorspronkelijk een drankenkonzern (bier, gedistilleerd, wijn), maar na de fusie met de Rothmans-groep werd de tabaksdivisie van deze combinatie het belangrijkste. Vanwege de dominante positie van dit koncern op de Nederlandse markt, tonen we in figuur 2 het organisatieschema van dit koncern, zoals dat gold vóór de deelneming van Philip Morris in Rothmans. Reynolds Industries heeft naast de tabaksdivisie een belangrijke aardolie-divisie en verder belangen in transport, voedingsmiddelen, aluminium-producten en verpakkingsmiddelen. De Imperial-groep en American Brands kennen een vergelijkbaar diversificatiepatroon, al moet in de plaats van de olie-divisie dan een brouwerij-divisie worden ingevuld. Gulf and Western Industries verwerft zijn hoofdinkomsten uit diverse bedrijfstakken: agrarische producten, 'natural resources' (zink, ijzererts, brandstoffen) en de recreatie-sektor (onder andere Paramount Pictures), en slechts een bescheiden deel uit de sigarensektor.

Uit de diversificatiepatronen spreekt wel een zekere voorliefde voor de dranken- en voedingsmiddelen-sektoren, waarschijnlijk vanwege overeenkomsten in de marketingsfeer, zodat schaalvoordelen kunnen resulteren op dat gebied.

Voorbeelden van verbindingen van de tabaksbranche met andere branches zijn eveneens in Nederland voorhanden. Douwe Egberts, Van Nelle en Niemeyer zijn vanouds koffie- en thee-fabrikanten. Douwe Egberts bezit de aandelen van Frans Verbunt & Co, een wijnhandel. Van Nelle bezit alle aandelen van de kakao- en chocoladefabrieken Droste, Ringers en Rademaker's alsmede van Venz, Betke, Donkers en Luko; ook is Van Nelle actief op de rijstmarkt via Lassie. De meeste overnames door Van Nelle hebben in de zeventiger jaren plaats gevonden. Doch verbindingen tussen de tabaksindustrie en de bier- en frisdrankensektor zijn in Nederland nu nog niet aanwezig.

### **3 Oorzaken en gevolgen van concentratie**

---

#### ***Oorzaken***

Wij zouden bij het zoeken van verklaringen van vormen van ondernemingsconcentratie kunnen afgaan op de motieven die door topmanagers van de betrokken ondernemingen worden genoemd.<sup>7</sup> Even belangrijk als het achteraf vernemen van de

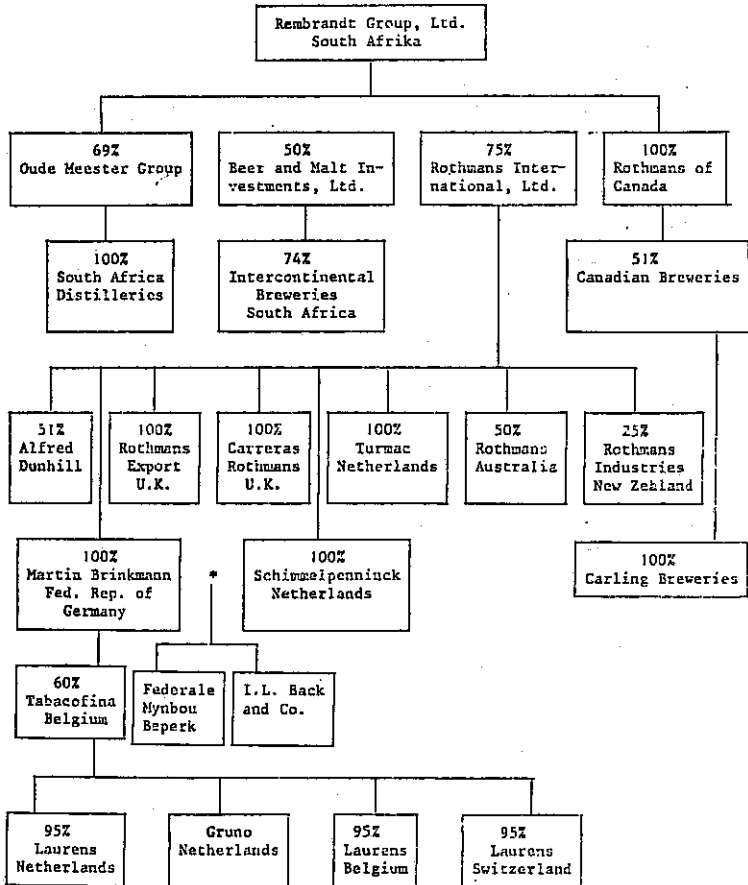
---

7. Fusiestatistieken CBS, *Maandstatistiek Financien*.



figuur 2

Rembrandt Group Ltd: organisatiestructuur



\* Informatie over de plaats in de structuur van de mijnbouw- en de textiel-dochtermaatschappijen ontbreekt.

Bron: UNCTAD, *Marketing and distribution of tobacco*, Genève 1978, p. 51. Uitwerking Tabacofina door ons toegevoegd.

motieven tot fusies en overnamen is het op economisch-theoretische gronden kunnen verklaren van bepaalde tendensen van concentratie of deconcentratie. We dienen er echter op bedacht te zijn dat buiten-economische factoren een rol mee kunnen spelen, al of niet in samenhang met economische.

De basisoorzaken van concentratie die *Marx* aanwees waren de ontwikkeling van de technologie en de drijfveer van de

concurrentie in het industriekapitalisme. Van der Pol<sup>8</sup> wijst erop, dat Marx blijkens zijn eigen beschrijving van de opkomst van de grootindustrie de tendens tot mechanisering niet als autonome oorzaak ziet, maar deze tendens verklaart vanuit de ontwikkeling van vraagfactoren (de gestegen vraag naar bestaande produkten plus de behoefte aan nieuwe produkten), het streven naar een daling van de produktiekosten en overwegingen met betrekking tot de arbeidsmarkt (mechanisatie als antwoord op arbeidsonrust en krapte op de arbeidsmarkt). De stijging van de organische samenstelling van het kapitaal in een bedrijfstak (dat is de verhouding tussen de waarde van het konstant kapitaal en de waarde van de arbeidskracht) als gevolg van de mechanisering wordt dan als direkte aanleiding van concentratievorming gezien, vanwege de grotere kapitaalbenodigdheden van nieuwe ondernemingen om de bedrijfstak binnen te dringen en de mogelijkheden van grotere ondernemingen om kleinere over te nemen. Deze mogelijkheden worden ook daadwerkelijk benut onder druk van de concurrentie tussen de grootkapitalisten. H.W. de Jong heeft in zijn *Dynamische concentratietheorie* (1972), later bewerkt tot *Dynamische markttheorie* (1982), als belangrijkste toevoeging aan het analytisch instrumentarium bij het verklaren van diverse vormen van concentratie gewezen op het fenomeen produktlevenscyclus. De marktontwikkeling, het doorlopen van de diverse marktsituaties bij de verschillende fasen van de produktcyclus (introduktiefase, expansiefase, rijpheidsfase en stagnatiefase), wordt volgens De Jong bepaald door de technische ontwikkeling, de verzadigingsgraad van de markt, de ondernemersactiviteit en de economische organisatie van de bedrijfstak.<sup>9</sup> Rekening houdend met het gegeven dat de doorwerkingsmogelijkheden van de technische ontwikkeling een zekere afhankelijkheid vertonen van de fase in de produktcyclus, komt De Jong – anders dan Marx – tot een pluriforme concentratietheorie, in die zin dat zowel tendensen van horizontale en vertikale concentratie als van horizontale en vertikale *dekonzentratie* via de fasen der produktcyclus worden verklaard. Met het aanwijzen van twee basisdeterminanten van absolute concentratie, te weten de optimaliteitscoëfficiënt (dat is de verhouding konstant kapitaal/totaal kapitaal, vgl. Marx' organische samenstelling van het kapitaal) en de verzadigingsgraad, aangevuld met mechanisatie als reactie op loonsverhogingen,<sup>10</sup> sluit De Jong nauw aan bij het verklaringsschema van Marx. Dit geldt des te meer wanneer men de rol van de door Marx genoemde vraagfactoren

8. K. van der Pol, *Marx contra Ricardo*, Meppel 1981, pp. 136-137.

9. De Jong (1982), p. 103.

10. Idem, p. 125.

vertaald wil zien via de moderne theorieën van produkt- en bedrijfs-takcykli. De door Marx voorspelde tendens van uitsluitend toenemende concentratie in kapitalistische maatschappijen kan evenwel gerelativeerd worden met behulp van De Jong's dynamische concentratietheorie.

De verklaringen van de concentratie in de tabaksindustrie zijn onzes inziens deels te geven aan de hand van de behandelde begrippen, aangevuld met incidentele motieven. Vooral de ontwikkelingen in de sigarenindustrie laten zich goed begrijpen in dat kader.

Samengevat werden deze gekenmerkt door:

- a. een sterk veranderende produktietechnologie van kleinschalig, arbeidsintensief, ambachtelijk bedrijf naar grootschalige, kapitaalintensieve gemechaniseerde en geautomatiseerde onderneming;
- b. een gestage daling van het verbruik per hoofd alsmede van de totale afzet, waardoor jarenlang verliezen werden geleden;
- c. de noodzaak om op de buitenlandse markten goed-konkurrerende produkten te kunnen aanbieden;
- d. een sterk stijgende kapitaalbehoefte (zie a) waarin door de familiebedrijven niet voorzien kan worden.

De onder a genoemde technologische verandering zal zeker beïnvloed zijn geweest door de ontwikkeling van de loonkosten die vooral voor de sigarenindustrie zo'n hoog kostenbestanddeel vormen.

De sigarettenindustrie is qua technologie een aantal fasen verder dan de sigarenindustrie. Grootschaligheid en kapitaalintensieve produktiemethoden zijn hier al lang aan de orde. De produktievolumes zijn ook een veelvoud van die in de sigarenindustrie. Prais heeft in een vergelijkend onderzoek tussen Amerikaanse, Engelse en Duitse sigarettenbedrijven aangetoond, dat produktiviteitsverschillen niet verklaard kunnen worden in termen van verschillen in produktieomvang, maar wel in termen van produktdifferentiatie en bemanningsniveau.<sup>11</sup> Redenen van 'economies of scale' in de produktie lijken dus niet meer de mate van concentratie te kunnen verklaren in deze sektor. Wel doet het motief van schaalvoordelen op het gebied van marketing en produktdifferentiatie hier opgeld. En het zijn vooral de uitgaven op die gebieden, die van enorm belang zijn voor de handhaving en uitbreiding van de marktaandelen. De gigantische bedragen die hiermee gemoeid zijn, zijn alleen op te brengen door grote

ondernemingen met goede financieringsmogelijkheden. De hoge bedragen vormen tevens de belangrijkste belemmering voor toetreding van nieuwe ondernemers.

Als oorzaken van de veranderingen in de marktposities van de multinationale ondernemingen en de samenwerkings- en concurrentierelaties tussen deze konglomerate concerns kunnen nauwelijks specifieke factoren aangewezen worden. Dit is het moeilijk te generaliseren terrein van de beweegredenen van op wereldschaal opererende multinationals, die permanent reageren op elkaar en op veranderingen in een skala van variabelen, niet alleen economische indicatoren in diverse bedrijfstakken in veel verschillende landen, maar ook op economische beleidsvariabelen en politieke omstandigheden.

### *Gevolgen*

De kenmerken van de ontwikkelingen in de tabaksindustrie in Nederland zijn toenemende concentratie en internationalisatie. Welke maatschappelijke gevolgen kunnen aan deze tendens worden verbonden?

Een aantal nadelige gevolgen die traditioneel door ekonomen aan toenemende ondernemingsconcentratie worden toegeschreven, zijn:

1. *verminderde doelmatigheid in de produktie* als gevolg van afgenomen concurrentie (ook van potentiële concurrentie, vanwege de toetredingsbelemmeringen die veelal ontstaan bij concentratie). De aktuele produktiekosten zullen hoger liggen dan de minimaal mogelijke, als gevolg van het ontbreken van prikkels tot het zoeken naar de optimale produktiemethoden en capaciteit;

2. *aantasting van de konsumentensoevereiniteit*, die inhoudt dat het uiteindelijk de in vrijheid over hun koopkracht beslissende konsumenten zijn die door middel van hun koopgedrag de gewenste allokatie van produktiefactoren over de alternatieve toepassingsmogelijkheden bepalen. Idealiter wordt deze eigenschap in de traditionele economische theorieën (zie met name de welvaartstheorie in de trant van Pareto) toegedicht aan een economische orde, waarin de voortbrenging is georganiseerd door middel van markten, gekenmerkt door de aanwezigheid van een veelheid van relatief kleine ondernemingen die afzonderlijk geen enkele invloed hebben op prijs- en hoeveelheidsbepaling op de markt;

3. *verhoging van de kans op inflatie* in sterk-gekoncentreerde bedrijfstakken, als gevolg van de mogelijkheden tot onderling op elkaar afgestemde prijsstrategieën op oligopolistische markten. Tevens ligt het niveau der verkoopprijzen onder deze omstandigheden hoger dan onder die van volledige mededinging,

vanwege het veronderstelde en vaak aangetoonde verband tussen de mate van concentratie en de winstmarge. Anderzijds kunnen onder druk van sterke vakbonden soms gedeelten van monopoliewinsten worden overgeheveld naar de faktor arbeid met als mogelijk gevolg prijsstijgingen op grond van de doorberekeningmogelijkheden; 4. *verlenging van recessieperioden*. Als gevolg van verminderde prijsflexibiliteit in sterk-geconcentreerde bedrijfstakken zullen eerder volumeaanpassingen dan prijsaanpassingen plaatsvinden. Hierdoor zullen de produktievolumes en daarmee de werkgelegenheid in die takken meer dalen dan onder omstandigheden van mededinging het geval zou zijn.

De toenemende internationalisatie van een tak brengt met zich mee, dat bijna alle beslissingen omtrent de continuïteit van bedrijven en de omvang van de investeringen en dus ook de werkgelegenheid genomen worden door in het buitenland zetelende multinationale ondernemingen. Alle beslissingen omtrent de ruimtelijke spreiding van de activiteiten van multinationale concerns zullen immers worden genomen op basis van een afweging van voor- en nadelen van een aantal landen, zoals loonkostenniveaus, mate van regulering van ondernemingsactiviteiten, hoogte der belastingtarieven, de macht van de vakbonden. Hierbij zal tevens rekening worden gehouden met een aantal belangrijke randvoorwaarden zoals kwaliteit en omvang van de infrastrukturele voorzieningen en politieke stabiliteit (onder meer van belang bij het schatten van de kans op schade of nationalisatie van bedrijven).

De mogelijkheden voor nationale overheden om effectieve maatregelen te treffen in het kader van industriebeleid en werkgelegenheidsbeleid zullen hierdoor sterk beperkt zijn. Bij internationale concentratievormen over de Europese grenzen heen zullen de mogelijkheden voor zowel nationale als Europese overheden tot het voeren van effectief economisch beleid nog meer beperkt zijn. Op Europese schaal kan de 'countervailing power' van de overheid ten opzichte van de multinationals wel enig effect sorteren, omdat ondernemingen in dat geval niet door grensoverschrijdende akties binnen de Gemeenschap buiten het bereik van de Europese maatregelen kunnen komen (zie het mededingingsbeleid).

Voor de 'countervailing power' van de vakbonden zal eveneens gelden, dat de samenwerking op Europese schaal tot effectiever tegenspel ten opzichte van de multinationale ondernemingen kan leiden. Overigens is een aantal jaren geleden een gevecht om behoud van werkgelegenheid in de BAT-fabriek te Amsterdam dankzij de betrokken vakbonden gewonnen.

#### 4 Slot: economische politiek

---

Wanneer concentratievorming op Europese schaal plaatsvindt, met name wanneer het bundeling van belangen van ondernemingen uit landen van de Europese Gemeenschap betreft, is er in principe de mogelijkheid om beleidsmaatregelen te treffen ter voorkoming van ongewenste gevolgen van concentratievorming, voorzover dit beleid al niet mogelijk is op basis van de wetgeving van de betreffende lidstaten. Er bestaan echter noch in Nederland, noch in de EG thans wettelijke bepalingen die concentratievorming als gevolg van fusies en overnamen in de weg kunnen staan.

Met wijt dit wel aan politieke onwil, zowel bij het Nederlandse departement van Economische Zaken als bij de Europese Raad; beide instanties hebben ontwerpen betreffende toetsing van grote ondernemingsconcentraties doen stranden.<sup>12</sup>

Wat de tabaksindustrie betreft kunnen we konstateren, dat de Nederlandse overheid geen enkele keer aanleiding heeft gezien om via het mededingingsbeleid de ontwikkelingen van concentratie en internationalisatie in deze sektor beïnvloeden. Sterker nog, de enige keer dat een onderneming in de tabaksbranche met een overheidsmaatregel werd gekonfronteerd, ging het juist om het toekennen van een subsidie op grond van de Wet Investeringsrekening (WIR) aan Philip Morris; de grote-projectentoeslag werd echter verboden door de Europese Commissie (1980) op grond van concurrentievervalsing.

Het Duitse Bundeskartellamt toont meer belangstelling dan de Nederlandse overheid in de marktverhoudingen in de tabaksindustrie, vooral in de recente activiteiten van de tabaksmultinationals: de overname van 50% van Rothmans van de Rembrandt-groep door Philip Morris. Door deze overname worden in feite de belangen van de Rembrandt-groep aan die van de Philip Morris-groep gekoppeld. Hoewel het hier in principe om een vorm van samenvoeging van buitenlandse ondernemingen gaat, resulteert voor de Westduitse markt, via de belangen van deze multinationals in op deze markt opererende ondernemingen (Philip Morris GmbH, Martin Brinkmann AG) een versterkte oligopoliesituatie. Dit geldt voor de Nederlandse sigarettenmarkt evenzeer, zoals wij in paragraaf 1 al hebben aangegeven: de dominante marktpositie van Rothmans is er nog door versterkt. Van de Nederlandse overheid zijn geen maatregelen te verwachten in het kader van het mededingingsbeleid, zeker niet nu dit beleid ook nog in de sfeer van deregulering terecht is gekomen. Enig tegenspel is dus alleen te

verwachten van de Europese Commissie, wat in dit geval ook het meest effectief zal zijn vanwege de betekenis voor de marktverhoudingen van een reeks EG-landen: West-Duitsland, Engeland, België en Nederland.

We moeten ons wel realiseren, dat eventuele hindernissen met betrekking tot deze deelneming van Philip Morris in Rothmans het oligopoliekarakter van deze markt niet wezenlijk zullen aantasten. Toetreding van nieuwe zelfstandige ondernemingen op deze markt is praktisch uitgesloten, niet alleen vanwege de macht van de multinationals, die tegenover nieuwkomers gezamenlijke strategieën zouden kunnen hanteren, maar ook vanwege de financiële belemmeringen bij het opstarten van de kapitaalintensieve productie (met name hoge voorraad- en bewerkingskosten) en de intensieve marketingscampagnes.

De doelstelling van het tegengaan van prijsinflatie wordt in Nederland vooral nagestreefd via het prijsbeleid. Mogen ontwikkelingen van toenemende ondernemingsconcentratie op zich dan weinig beleidstegenwerking ontmoeten, via het prijsbeleid bestaat in principe de mogelijkheid om één der veronderstelde nadelige gevolgen te bestrijden. Zoals we al eerder vermeldden bestaat er een overlegsituatie tussen de sigarettenondernemingen onderling en met het ministerie van Economische Zaken, waarin zo mogelijk met overeenstemming van alle betrokkenen de prijsverhogingen worden vastgesteld. Er is echter een kink in de kabel gekomen. De Europese Commissie heeft op 15 juli 1982 een beschikking uitgevaardigd (op grond van artikel 85 van het EEG-verdrag), waarin de handelwijze van de in de Stichting Sigaretten Industrie verenigde ondernemingen wordt aangemerkt als vorm van verboden prijskartel. Daarop zijn aan de betrokken ondernemingen boetes opgelegd van in totaal f 3,8 mln. De ondernemingen — Laurens, Turmac, BAT, Niemeyer, Reynolds en Philip Morris — hebben daartegen beroep aangetekend bij het Europese Hof in Luxemburg.

Een ander onderdeel van het EG-beleid in het kader van de bevordering van de mededinging en het vrij verkeer van tabaksprodukten is het harmonisatiebeleid ten aanzien van de accijns-tarieven der lidstaten. Het is — gezien het belang der accijns-opbrengsten voor de overheden — duidelijk, dat men hiermee de impulsen tot de grensverkopen en smokkel van sigaretten in Europa aan banden heeft willen leggen. Want we kunnen ons, na kennisname van de marktposities van de tabaksmultinationals op de vrije markten en de bijna-monopolieposities van de staats-ondernemingen in Frankrijk en Italië, het effect van de accijns-harmonisatie op de mededinging tussen deze ondernemingen nauwelijks voorstellen.