



# BEHIND THE BOTTLE

*De bijdrage van Coca-Cola aan de Nederlandse economie*

*Coca-Cola*



Bij Coca-Cola werken **725** werknemers...



**21%** van alle banen bij frisdranken-, water-, sappen- en siroepproducenten<sup>1</sup>

Coca-Cola ondersteunt **€1,3 miljard** BBP in Nederland...



**0,2%** van het Nederlandse BBP<sup>4</sup>

...in totaal ondersteunen zij **13.500** directe en indirecte banen in de waardeketen



Dit is evenveel als de helft van het aantal inwoners van Dongen<sup>2</sup>

...waarvan **€472 miljoen** belastingen voor de Nederlandse overheden<sup>5</sup>

## De bijdrage van Coca-Cola aan de Nederlandse economie

Als je in Nederland een fles Coca-Cola koopt, beseft je misschien niet hoe deze wordt gemaakt en welke voordelen dat oplevert voor de Nederlandse economie. Daarom hebben we Steward Redqueen gevraagd om te evalueren hoe Coca-Cola bijdraagt aan de economie als geheel en aan lokale gemeenschappen in het bijzonder. Zij onderzochten hoe onze Nederlandse onderneming banen en inkomens door het hele land ondersteunt. Verder keken ze naar hoe onze langetermijnstrategie voor uitbreiding van ons bedrijf op duurzame wijze de productiesector van het land ondersteunt. Graag laten we jullie zien dat er meer schuilt in een fles dan je in eerste instantie zou denken.

### BRONNEN:

<sup>1</sup> Aantal banen in de Nederlandse frisdranksector: 3.527 (Bron: Nederlandse vereniging Frisdranken, Waters, Sappen)

<sup>2</sup> Totale werkgelegenheid: 7,0 miljoen (FTE, 2016)

<sup>3</sup> Banen gerelateerd aan de verkoop van Coca-Cola producten kunnen in mindere mate worden geïmporteerd aan Coca-Cola omdat deze ook zouden bestaan bij de verkoop van geïmporteerde producten.

<sup>4</sup> Nederlands BBP: €694 miljard (Eurostat, 2016)

<sup>5</sup> Totale belastinginkomsten: €166 miljard (Eurostat, 2016)



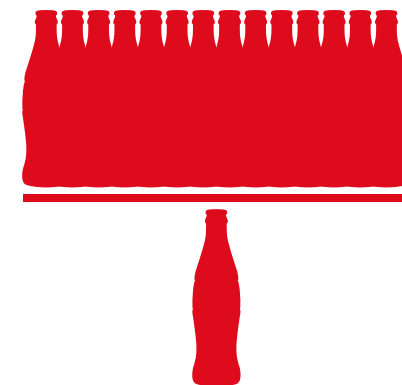


**80%**  
van wat we  
in Nederland  
verkopen,  
wordt in  
Nederland  
gemaakt

Wij zijn een lokale onderneming met een krachtige regionale aanwezigheid en we zijn er trots op dat we al bijna 90 jaar in Nederland actief zijn. Onze producten worden gemaakt in onze fabriek in Dongen, waar we het afgelopen jaar (2016) 580 miljoen liter frisdrank hebben geproduceerd. We gebruiken Nederlands water, suiker gemaakt van Nederlandse suikerbieten en we kopen een deel van onze blikjes in Nederland. Coca-Cola producten worden verkocht in meer dan 90.000 verkooppunten in Nederland. We besteden €120 miljoen euro aan een reeks goederen en diensten bij lokale leveranciers.

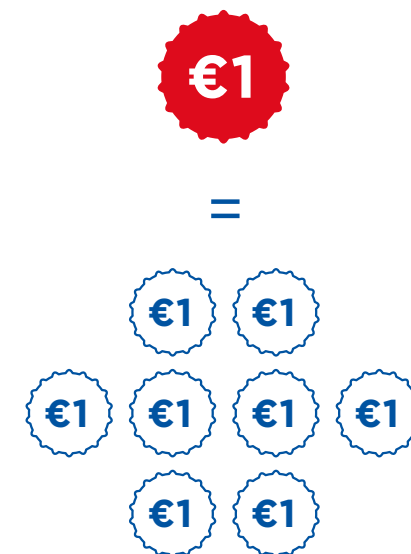
## Eén baan steunt achttien andere

Coca-Cola heeft in Nederland 725 mensen in dienst voor de productie, distributie, verkoop en marketing van onze frisdranken, 21% van de banen in de Nederlandse frisdranksector<sup>1</sup>. Naast deze directe banen ondersteunt elke medewerker bij Coca-Cola achttien indirecte banen. Dat zijn in totaal maar liefst 13.500 banen in Nederland, evenveel als de helft van het aantal inwoners van Dongen<sup>2</sup>. Van de indirecte banen worden er 760 ondersteund door de inkoop van goederen en diensten en zijn er 12.800 gerelateerd aan de verkoop aan horeca en supermarkten<sup>3</sup>. Onze directe en gerelateerde medewerkers verdienen in totaal een salaris van €516 miljoen. Dit betekent dat wij indirect bijdragen aan de groei van tal van ondernemingen, inclusief 1.600 Nederlandse leveranciers.



## 72% van wat consumenten besteden blijft in **Nederland**

De productie en verkoop van Coca-Cola-producten draagt jaarlijks € 1,3 miljard bij aan de Nederlandse economie (0,2% van het Nederlandse BBP)<sup>4</sup>. Een groot deel daarvan, namelijk € 472 miljoen, gaat naar de overheid in de vorm van belastingen<sup>5</sup>. Om een indruk te geven van de orde grootte: met dit bedrag kunnen 50.000 Nederlandse studenten een jaar studeren (18% van het totaal). Elke € 1 aan inkomsten bij Coca-Cola genereert € 8 aan extra waarde in de rest van de Nederlandse economie door het leveren van een bijdrage aan salarissen, winst voor bedrijven en overheidsinkomsten. Van elke € 1 die consumenten besteden aan Coca-Cola, blijft 72% binnen Nederland. Deze positieve economische impact is verspreid over een groot aantal sectoren en staat voor 0,2% van het Nederlandse BBP. Daarnaast genereren we jaarlijks ook € 50 miljoen aan exportinkomsten.



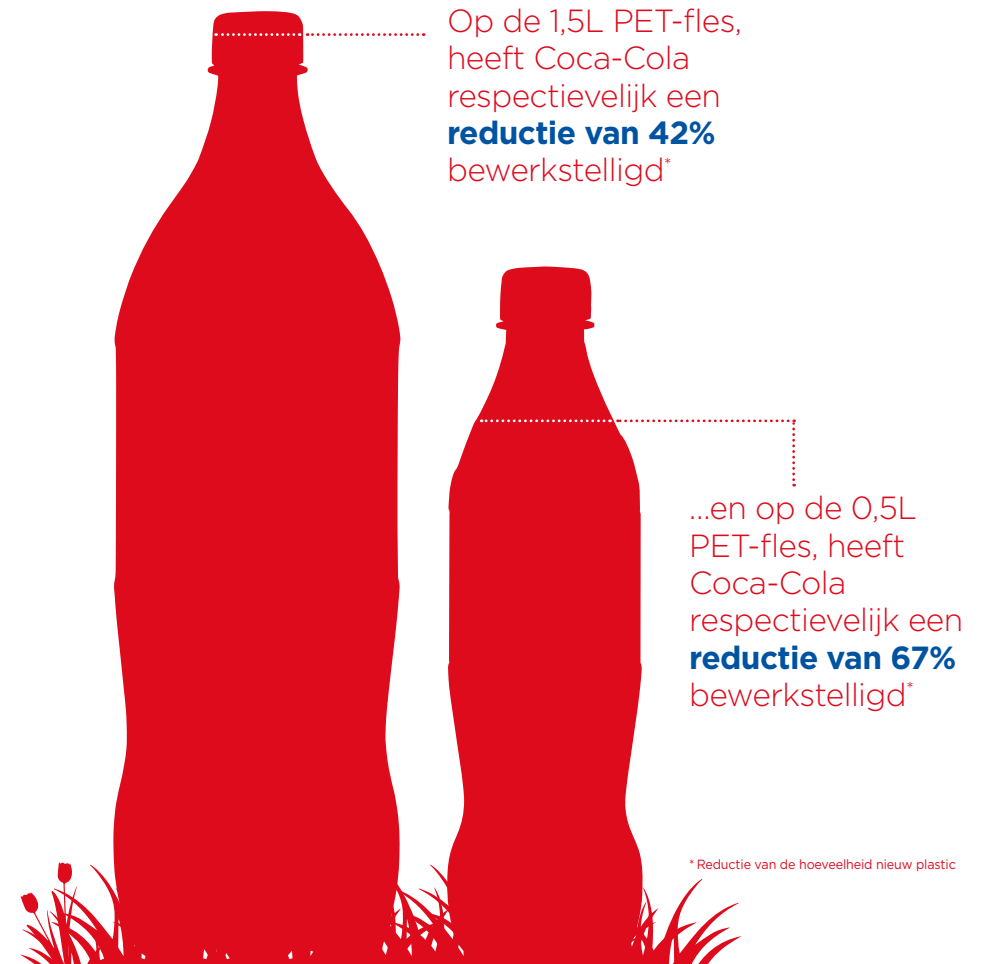
# RECYCLING

## Coca-Cola vermindert het plastic gebruik in verpakkingen

Plastic gebruik in Nederland neemt jaar-over-jaar toe. Sinds 2007 is de hoeveelheid op de markt gebracht plastic met 13% toegenomen. Coca-Cola werkt eraan om de hoeveelheid nieuw plastic voor haar verpakkingen zoveel mogelijk te beperken of terug te dringen. Op twee van de meest verkochte flessen, de halve- en anderhalve-liter fles, heeft Coca-Cola respectievelijk een reductie van 67% en 42% bewerkstelligd, afgezet tegen 2007. In 2016 bespaarde Coca-Cola hiermee 4,5 kiloton plastic in Nederland. Dit staat gelijk aan 18% van de jaarlijkse hoeveelheid voor PET-flessen op de markt gebracht plastic van de totale frisdrankenindustrie waarmee Coca-Cola jaarlijks 7,6 kiloton aan broeikasgassen voorkomt. Dit staat gelijk aan de jaarlijkse CO<sub>2</sub>-uitstoot van meer dan 1.600 auto's.

“DE AMBITIES VAN COCA-COLA WAREN EEN VAN DE DRIJVENDE KRACHTEN ACHTER DE ONTWIKKELING VAN DE PET-RECYCLING SECTOR IN NEDERLAND.”

Matthijs Veerman,  
Morssinkhof Plastics

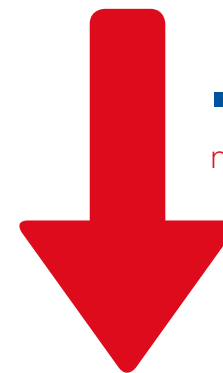


# REDUCTIE

## Meer keuze, minder calorieën

Samen met de Nederlandse frisdrankindustrie hebben wij de ambitie om in 2020 15% procent minder calorieën via frisdranken op de markt te zetten, ten opzichte van het basisjaar 2012. In het kader van het Akkoord Verbetering Productsamenstelling hebben wij ons als doel gesteld de hoeveelheid suiker in producten te verlagen. Door middel van productinnovatie, meer marketinginspanningen op laagcalorische dranken en kleinere verpakkingen werken wij aan het bereiken van deze doelstelling. Dat is bijvoorbeeld te zien aan de introductie van vijf caloriearme of -vrije producten in 2016: Coca-Cola life met minder suiker, Coca-Cola zero sugar, Coca-Cola zero sugar cherry en twee smaken Chaudfontaine Fusion.

Naast deze introducties richt Coca-Cola haar marketingbudget voornamelijk op dranken met weinig of geen calorieën. Waar in 2012 35% van het marketingbudget aan deze categorie werd besteed, was dit in 2016 ruim 70%; een verdubbeling van het budget voor laagcalorische dranken.

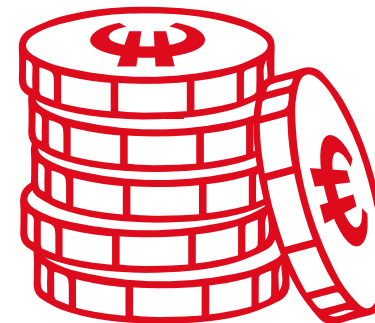


**-15%**  
minder calorieën

**2020**

“**COCA-COLA IS BETROKKEN BIJ VELE DUURZAAMHEIDSDOSSIEREN EN NEEMT DAARBIJ DE VERANTWOORDELIJKHEDEN BEHOORENDE BIJ DE ROL VAN MARKTLEIDER.**”

Raymond Gianotten,  
Nederlandse Vereniging Frisdranken, Waters, Sappen



Stijging marketing budget caloriearme en -vrije producten **van 35% naar 70%**



# KORTE BESCHRIJVING METHODIEK

## Methodiek van de impactevaluatie zoals uitgevoerd voor Coca-Cola in Nederland

---

- De sociaal-economische impactevaluatie die is uitgevoerd voor Coca-Cola in Nederland kwantificeert de bijdrage van de onderneming aan de lokale economie voor wat betreft gerelateerde werkgelegenheid en inkomens;
- Basis is de zogenaamde 'input-outputanalyse' die werd ontwikkeld door de Nobelprijswinnende econoom Wassily Leontief en die wereldwijd veelvuldig door economen wordt toegepast voor dit type analyse;
- Deze methode maakt gebruik van geauditeerde bedrijfs- en officiële overheidsgegevens;
- Het onderliggende idee is dat de geldstroom door een economie heen wordt gevolgd om zo in beeld te brengen hoe de output van de ene bedrijfsklasse fungeert als input van een andere;
- Dit kan worden gedaan op basis van een statistische representatie van een economie (input-outputtabel), die de financiële stromen van alle economische transacties beschrijft die plaatsvinden binnen een economie;
- De totale consumptie van Coca-Cola-producten (monetaire waarde) wordt vervolgens gevolgd door het model van de lokale economie en laat zo zien hoeveel banen gerelateerd zijn aan deze consumptie en hoe hoog de inkomensbijdrage is, daarmee ook aangevend in welke sectoren deze voordelen zich voordoen;
- De methode onderscheidt directe (voor Coca-Cola), indirecte (voor leveranciers en handelspartners) en geïnduceerde (voor de economie meer in het algemeen) effecten;
- Neem voor meer informatie contact op met Prof. Kapstein via [kapstein@wharton.upenn.edu](mailto:kapstein@wharton.upenn.edu) of Dr. Rene Kim via [rene.kim@stewardredqueen.com](mailto:rene.kim@stewardredqueen.com).





Meer informatie  
[www.coca-colanederland.nl](http://www.coca-colanederland.nl)  
[cocacolacommunicatie@coca-cola.com](mailto:cocacolacommunicatie@coca-cola.com)

