



Effecten verhoging btw-tarief voor de hotelsector

Eindrapport

TITEL

Effecten verhoging btw-tarief voor de hotelsector

DATUM

27 maart 2025

STATUS RAPPORT

Eindrapport

OPDRACHTGEVER

Koninklijke Horeca Nederland

PROJECTTEAM DECISIO

Menno de Pater

Freek Lier

Sander ten Hove

PROJECTTEAM CELTH

Sasja Vermeulen

John Hornsby

CONTACTGEGEVENS DECISIO | ECONOMISCH ONDERZOEK EN ADVIES

Valkenburgerstraat 212

1011 ND Amsterdam

T 020 – 67 00 562

E info@decisio.nl

I www.decisio.nl

CONTACTGEGEVENS CELTH | CENTRE OF EXPERTISE LEISURE, TOURISM AND HOSPITALITY

Mgr. Hopmansstraat 2

4817 JS Breda

E info@celth.nl

I www.celth.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	I
1. Inleiding	1
1.1 Aanleiding	1
1.2 Afbakening	2
1.3 Leeswijzer	3
2. Theoretische achtergrond	4
2.1 Effecten btw-verhoging	4
2.2 Prijselasticiteiten	7
2.3 Substitutie	10
2.4 Te hanteren aannames	12
3. Marktschets	13
3.1 Nederlandse hotelmarkt	13
3.2 Levensvatbaarheid hotelsector	24
3.3 Toeristische bestedingen door hotelgasten	29
4. Effecten op hotelmarkt	30
4.1 Beschrijving impactmodel	30
4.2 Effecten verhoging btw-tarief op de hotelsector	31
4.3 Effecten regionale toeristische economie	38
4.4 Effecten op de Nederlandse economie	40
4.5 Gevoeligheidsanalyses	45
5. Conclusies	49
Bijlage 1. Achtergronden	52
Bijlage 2. Schema impact verhoging btw hotelmarkt	62

Samenvatting

In Nederland geldt momenteel het verlaagd btw-tarief van 9 procent op logies. Het kabinet heeft besloten om dit btw-tarief te verhogen naar 21 procent om de belastinginkomsten te verhogen en het belastingstelsel te vereenvoudigen. De beoogde btw-verhoging zou moeten ingaan per 1 januari 2026. In opdracht van Koninklijke Horeca Nederland onderzochten het Centre of Expertise leisure, tourism & hospitality (CELTH) en Decisio de impact op de sector.

Uit dit onderzoek is te concluderen dat:

1. De btw-verhoging levert het Rijk naar verwachting minder op dan begroot. Waar het Rijk uitging van naar schatting 364 miljoen euro aan belastingopbrengsten vanuit de hotelbranche door de btw-verhoging, blijft dit in onze analyse beperkt circa 250 miljoen euro. Daarbij hanteren we dezelfde aannames voor de prijselasticiteit en doorrekening naar de gast als het Rijk heeft gehanteerd. We hebben geen detailuitsplitsing van de opbouw van de btw-doorrekening van het Rijk, maar we verwachten dat het verschil vooral komt door:
 - a. De btw-verhoging is alleen van toepassing op het deel kamerprijs en niet de overige inkomsten van het hotel.
 - b. Zakelijke gasten vorderen hun btw terug.
 - c. De winstbelasting neemt af, doordat marges van hotels dalen.
2. Om deze 250 miljoen euro aan belasting op te halen, loopt het Nederlandse bedrijfsleven circa 400 miljoen euro aan omzet mis. De omzet van hotels daalt met 340 miljoen euro, die van overige toeristische bedrijven met 120 miljoen euro. Daar staat 60 miljoen tegenover van Nederlandse toeristen die hun geld niet meer op vakantie aan een hotel, maar elders in Nederland uitgeven. Ook lopen de Nederlandse gemeenten 20 miljoen euro aan toeristenbelasting mis.
3. Belangrijk is dat de btw-verhoging leidt tot minder bestedingen door buitenlandse toeristen. Nederlandse toeristen die niet langer in een hotel overnachten, geven hun geld grotendeels uit aan iets anders in Nederland. Buitenlandse toeristen geven hun geld niet meer uit in Nederland. We verwachten dat de bestedingen in Nederland met bijna 100 miljoen euro per jaar dalen, doordat buitenlandse toeristen wegblijven als gevolg van de prijsverhoging.
4. De btw-verhoging raakt niet alle hotels even hard. Het 4- en 5-sterrensegment in de grote steden met een groot aandeel zakelijke gasten, wordt minder hard geraakt dan het budgetsegment met veel toeristische gasten. Het budgetsegment vervult bovendien ook een belangrijke functie

voor schoolreizen en verenigingen. Voor een grote groep wordt het aantrekkelijker om met de bus een uurtje verder te rijden, als de overnachting daar aanzienlijk goedkoper is. Of er wordt besloten om niet of minder lang te overnachten om binnen budget te blijven.

5. We verwachten dat de impact in de grensregio's en buiten de grote steden het grootst is. Buiten de grote steden is het aandeel zakelijk toerisme laag en in de grensregio's is er meer concurrentie van buitenlandse hotels die een lager btw-tarief kennen. Het btw-tarief van 9% ligt al boven dat van België en Duitsland. Met een tarief van 21% worden de verschillen nog groter.
6. Als hotels niet in hun kosten snijden, is de verwachting dat de winsten van hotels gemiddeld met 35 procent dalen. Er zijn daarbij grote verschillen in impacts van de btw-verhoging, afhankelijk van het hotelsegment, regio en samenstelling van gasten. Voor sommige hotels is een rendabele exploitatie niet mogelijk, voor andere hotels blijft de impact beperkt. We verwachten vooral een grote impact voor hotels zonder (of met een beperkt aandeel) zakelijke gasten in het lagere segment. Hun marges zijn kleiner en hun gasten prijsgevoeliger. Uit onze voorbeeldberekening blijkt dat een daling van de winstmarge met 70 tot 80 procent voor deze categorie hotels niet valt uit te sluiten. Daarmee komen noodzakelijke investeringen in vernieuwing en verduurzaming en de levensvatbaarheid van een grote groep hotels in gevaar.
7. Wanneer hotels volledig verdwijnen uit een toeristische regio heeft dat een grote impact. We zien dat voor iedere euro die een hotel misloopt door terugloop in het aantal overnachtingen, de regionale bedrijvigheid circa 60 cent aan inkomsten mist doordat het hotel ook minder inkoopt in de regio én gasten geen geld uitgeven aan vervoer, uitjes, horeca en detailhandel.
8. Naast de directe economische impact zijn er ook andere impacts. Hotels vervullen functies in het behoud van cultureel erfgoed (landhuizen, kastelen, historische panden) en spelen in kleinere steden en dorpen vaak een rol in de sociale cohesie: als café, restaurant, vergaderlocatie of feestzaal voor inwoners en verenigingen. En om organisatoren, deelnemers en bezoekers van evenementen te huisvesten. Wanneer investeringen achterblijven, zullen ook deze functies onder druk komen te staan.
9. Het hogere btw-tarief voor logies maakt het belastingstelsel niet eenvoudiger. Het is aannemelijk dat hoteliers creatief zullen zijn in hun prijsstrategie om zoveel mogelijk posten (binnen de grenzen van wat wettelijk kan) onder het lage tarief te laten vallen. Dit maakt controle door de belastingdienst complexer en drukt mogelijk de verwachte btw-opbrengsten nog verder dan berekend (in onze berekeningen zijn we niet uitgegaan van andere prijsstrategieën). Administratieve lasten stijgen.

10. In onze berekening is geen rekening gehouden met koopkrachtmaatregelen, investeringen of vermeden bezuinigingen door de staat die mogelijk worden door de hogere btw-inkomsten. Specifiek is ingezoomd op de gevolgen voor de sector waar de belastinginkomsten vandaan moeten komen. Belangrijk is te vermelden dat hotels naar verwachting minder profiteren van de inkomensmaatregelen dan andere sectoren: een groot deel van hun gasten zijn buitenlands en die ontvangen geen vorm van inkomenscompensatie. Daarnaast zijn voor de impactberekeningen op nationaal niveau conservatieve aannames gedaan voor Nederlandse gasten die uitwijken naar het buitenland en buitenlandse gasten die besparen op hun overige bestedingen tijdens hun verblijf door de hogere overnachtingsprijs: beiden zijn op nul verondersteld. Gevoeligheidsanalyses met andere aannames over de prijsgevoeligheid van hotelgasten en de doorberekening van de btw-verhoging in de overnachtingsprijs leiden wel tot andere getallen, maar niet tot andere conclusies.

De Nederlandse hotelmarkt is direct goed voor bijna 100 duizend banen

De Nederlandse hotelmarkt, goed voor zo'n 65 miljoen hotelovernachtingen in een jaar, draagt met een omzet van circa 7,7 miljard euro voor 0,4% bij aan het Nederlandse BBP. Hiermee heeft de sector een toegevoegde waarde van 3,8 miljard euro. Met in totaal circa 97 duizend personen werkzaam in de hotelsector draagt het ook voor 0,8% bij aan de werkgelegenheid (in FTE) in het land. Gasten die een hotel bezoeken, besteden bovendien lokaal nog eens circa 3 miljard euro buiten het hotel aan horeca, detailhandel, activiteiten en vervoer.

De Amsterdamse markt kijkt af van de rest van Nederland

Het aantal hotelovernachtingen is de afgelopen jaren (2012-2024) gestegen, uitgezonderd de coronaperiode. Het buitenlandse bezoek groeide sneller (93% in deze periode) dan in het binnenlandse bezoek (61%). Deze toename van buitenlandse toeristen heeft met name impact op de hotels in Amsterdam: hier is 80% van de hotelgasten internationaal, vergeleken met 40% in de rest van Nederland. Het aandeel zakelijke gasten ligt in Amsterdam juist aanzienlijk lager dan in de rest van Nederland. Amsterdam is met een aandeel in het hotelaanbod van circa 30 procent, het afwijkende profiel van de hotelgast en het afwijkende hotelbeleid van de stad een markt op zich.

Methodiek

Om de impact van de btw-verhoging te bereken hebben we een model ontwikkeld waarin de reactie van de hoteliers (welk deel van de btw-verhoging rekenen zij door in hun prijs?) en de toerist (hoe reageren ze op een prijsverhoging?) bepalend is voor de impact op economie. De

prijselasticiteit is ingeschat op -0,75, dat wil zeggen dat voor iedere procent prijsverhoging het aantal hotelovernachtingen met 0,75% afneemt. Daarnaast is aangenomen dat hoteliers 75% van de btw-verhoging doorrekenen in hun prijs en de rest ten koste gaat van hun marge. Deze uitgangspunten sluiten aan bij de aannames die het Rijk ook heeft gedaan in haar doorrekening. Met deze aannames is beschouwd wat de impact op het aantal overnachtingen is, de bestedingen en daarmee de omzet (excl. btw) en btw-afdrachten van hotels, de rest van de toeristische sector en zogenaamde substitutie van toeristen die door de hogere btw minder aan andere zaken kunnen besteden, of juist meer doordat ze niet meer overnachten in een hotel. Niet is doorgerekend wat de impact is van het Rijk en de wijze waarop zij de opgehaalde btw weer zal besteden.

Hotels verliezen 340 miljoen euro aan omzet, winstmarge onder de 7 procent

We verwachten dat de prijsstijging als gevolg van de btw-verhoging leidt tot een daling van het aantal toeristische overnachtingen met 6,2%. Het aantal zakelijke overnachtingen stijgt mogelijk zelfs licht, als hoteliers niet de volledige btw-verhoging doorrekenen in de prijs. Zakelijke gasten betalen immers de prijs exclusief btw. De hotelomzet (excl. btw) daalt naar verwachting met circa **€ 340 miljoen euro**. Voor het grootste deel is dat de kameromzet: er komen minder gasten en hotels rekenen niet de volledige btw door en verlagen dus hun prijs exclusief btw. Maar ook de omzet uit eten en drinken en overige activiteiten daalt: gasten die niet komen slapen, komen immers ook niet eten en drinken. Een groot deel gaat ten koste van de winst: hotels kunnen (zonder hun bedrijfsvoering structureel aan te passen) de kosten met circa 100 miljoen euro terugbrengen bij deze daling in gasten. Dat betekent dat hun winsten met circa 240 miljoen euro dalen. De marges dalen met 35 procent, van de huidige gezonde 10 procent naar minder dan 7 procent. Belangrijk is te vermelden dat dit gemiddelden zijn. Per hotel en regio zijn de verschillen groot: het hogere segment in de Randstad met veel zakelijke overnachtingen wordt beperkt geraakt. Het lagere segment met vooral niet-zakelijke gasten in de grensregio wordt het hardst geraakt.

Tabel S 1 Impact op de hotelsector (in mln. euro per jaar)

Totale effect hotelsector	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Impact op omzet hotelsector (excl. btw)	-€ 120	-€ 222	-€ 342
Impact op winsten (voor belasting)	-€ 85	-€ 159	-€ 244

Groot deel btw wordt teruggevraagd door zakelijke reizigers

De hotels gaan in eerste instantie € 447 miljoen euro aan extra btw afdragen aan het Rijk. Zakelijke gasten kunnen echter hun btw terugvorderen. En ook de winstbelasting neemt af door de lagere marges van de hotels en terugloop in gasten. Hierdoor verwachten we dat de hotels uiteindelijk circa € 250 miljoen euro extra aan belasting gaan betalen.

Tabel S 2 Impact op de Rijksbelastingen (in mln. euro per jaar)

Belastingen Rijk hotels	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
btw-inkomsten hotels 2023	€ 178	€ 458	€ 636
btw-inkomsten hotels na btw-verhoging	€ 330	€ 753	€ 1.082
Verandering btw-inkomsten	€ 152	€ 295	€ 447
btw-teruggaaf zakelijke overnachters 2023	€ 31	€ 146	€ 177
btw-teruggaaf zakelijke overnachters na btw-verhoging	€ 61	€ 254	€ 315
Netto btw-afdrachten hotels 2023	€ 147	€ 312	€ 459
Netto btw-afdrachten hotels na btw-verhoging	€ 269	€ 499	€ 768
Verandering netto btw-afdrachten	€ 122	€ 187	€ 309
Winstbelasting 2023	€ 44	€ 122	€ 166
Winstbelasting na btw-verhoging	€ 25	€ 86	€ 111
Verandering winstbelasting	-€ 19	-€ 36	-€ 55
Totale verandering inkomsten Rijksoverheid	€ 102	€ 151	€ 254

Een euro besteed in een hotel, is 1,60 euro voor de regio

De verhoging van de btw voor de hotelsector raakt niet alleen de hotels, maar ook aanpalende toeristische sectoren. Toeristen die wegblijven geven ook geen geld meer uit bij restaurants, detailhandel, attracties en musea. En de toeristische sector koopt ook minder goederen en diensten in bij toeleveranciers. Met name voor regio's die sterk van toerisme afhankelijk zijn, heeft dat impact.

In totaal schatten we in dat de btw-verhoging tot ongeveer **118 miljoen euro** minder aan lokale bestedingen door toeristen leidt en nog **100 miljoen euro** doordat de hotels en de overige toeristische sector minder lokaal inkoopt bij toeleveranciers. Iedere euro die een hotel misloopt, kost de regio nog eens 60 cent aan deze extra misgelopen omzet. De regio's waar toerisme wegblijft, lopen dus bovenop de 340 miljoen euro aan omzet van hotels nog eens 220 miljoen inkomsten mis bij de overige regionale bedrijvigheid. Ook gemeenten lopen toeristenbelasting mis: in totaal 20 miljoen euro. Vooral gemeente Amsterdam met een hoge toeristenbelasting wordt geraakt.

Nederlands bedrijfsleven loopt bijna 400 miljoen euro mis

Het binnenlandse toerisme dat niet langer geld aan een hotel uitgeeft, zal dit aan iets anders doen. Dat heet substitutie. De substitutie gaat ook gepaard met btw-opbrengsten. Buitenlandse toeristen die wegblijven zullen ook hun geld elders besteden, maar doen dat niet in Nederland. Nederland loopt daardoor circa 100 miljoen euro aan buitenlandse bestedingen mis. Uiteindelijk resulteert het onderstaande overzicht voor de bestedingen in de Nederlandse economie. De omzet van het Nederlandse bedrijfsleven daalt met **391 miljoen euro**, om voor het Rijk circa **250 miljoen euro** aan extra belasting op te halen. Als ook rekening

gehouden wordt met de toeristenbelasting gaat het om **228 miljoen euro** aan extra belastinginkomsten voor de gezamenlijke Nederlandse overheden.

Tabel S 3 Totale impacts op bestedingen en belastingen (in mln. euro per jaar)

Impact	Nederland
Impact op omzet hotelsector (excl. btw)	-€ 342
Impact op overige toeristische sectoren tijdens vakantie/reis (excl. btw)	-€ 118
Substitutie bestedingen elders in Nederland (excl. btw)	€ 69
Totale impact omzet Nederlandse bedrijven	-€ 391
Impact op btw-inkomsten hotelsector (incl. teruggaaf zakelijke reizigers)	€ 309
Impact op btw-inkomsten overige toeristische sectoren	-€ 16
Impact op btw-inkomsten als gevolg van substitutie	€ 10
Impact op winstbelasting hotels	-€ 55
Impact op toeristenbelasting hotels	-€ 21
Totale verandering belastinginkomsten	€ 228

De verandering in bestedingen heeft ook impact op de toegevoegde waarde en de werkgelegenheid die het Nederlandse bedrijfsleven genereert. De totale impact bedraagt ongeveer €300 miljoen aan toegevoegde waarde en een verlies van 1.500 voltijdsbanen (FTE).

Tabel S 4: Impact op de toegevoegde waarde (mln. €) en werkgelegenheid

Impact	Nederland
Verandering toegevoegde waarde hotelsector	-€ 281
Verandering werkgelegenheid hotelsector (FTE)	-950
Verandering toegevoegde waarde overige toeristische sectoren	-€ 48
Verandering werkgelegenheid overige toeristische sectoren (FTE)	-750
Verandering toegevoegde waarde overige sectoren als gevolg van substitutie	22
Verandering werkgelegenheid overige sectoren als gevolg van substitutie (FTE)	210
Verandering toegevoegde waarde (in basisprijzen)¹ Nederlandse bedrijven totaal	-€ 307
Verandering werkgelegenheid bij Nederlandse bedrijven totaal (FTE)	-1.490

Achteruitgang internationale concurrentiepositie is een permanent effect

Toerisme is een sector die bovengemiddeld veel buitenlandse bestedingen uitlokt. Daarmee is het de verwachting dat ook op lange termijn er een netto

¹ Basisprijzen zijn de prijzen exclusief te productgebonden belastingen, zoals btw en de toeristenbelasting. In marktprijzen waarbij positieve effecten op de belastingen meegenomen worden is de impact circa 25 miljoen euro negatief.

welvaartseffect is van het verlies aan toeristische bestedingen. Ook als de arbeidsmarkt zich herstelt en mensen uit de toeristische sector ander werk hebben, treedt er naar verwachting een welvaartsverlies op.

Maatschappelijke impacts

Hotels zijn er in vele soorten en maten. En ook het belang van een hotel voor een regio kan verschillen. Er zijn hotels die een belangrijke bijdrage leveren aan het behoud van historische panden. In sommige kernen kan het hotel ook het enige restaurant zijn, of de locatie voor feesten en partijen, en daarmee een belangrijke functie vervullen. Als een dergelijke functie wegvalt, heeft dat impact op de totale leefbaarheid van een dorp. Het goedkopere segment zoals de hostels, speelt een belangrijke rol voor schoolreizen, familie-uitjes of uitjes van sportverenigingen. Deze vervullen dus op zich een maatschappelijke functie.

En naast deze directe maatschappelijke belangen geldt ook het indirecte belang dat samenhangt met het directe economische belang. Regio's die sterk van toerisme afhankelijk zijn worden in brede zin minder aantrekkelijk als er minder toeristen komen voor alle soorten bedrijven. Wanneer de regionale werkgelegenheid afneemt, komt ook het totale voorzieningenniveau van scholen, winkels, huisartsen, etc. onder druk te staan. Hotels zijn niet alleen een luxe goed, maar kunnen ook van grotere betekenis zijn voor regio's en maatschappelijke instellingen.

Risico's en onzekerheden

De berekeningen in dit onderzoek zijn gebaseerd op een aantal aannames. En ze zijn uitgevoerd voor de Nederlandse markt als geheel. In praktijk verwachten we grote verschillen in de impact tussen regio's en hotelsegmenten, waarbij de grensregio harder geraakt zal worden dan de Randstad. Ten eerste doordat het btw-tarief in Duitsland en België lager is en dus de concurrentie steviger. Ten tweede doordat in de grote steden (met uitzondering van Amsterdam) het zakelijk segment belangrijker is en zakelijk gasten maar beperkt geraakt worden door de btw-verhoging. Tot slot heeft het goedkopere segment nu al lagere winstmarges: een gezonde bedrijfsvoering komt dan ook het snelst onder druk te staan.

Een aantal belangrijke aannames hebben we getoetst. Deze beïnvloeden de getallen maar niet de conclusies. We hebben in het kader van dit onderzoek geen beschikking gehad over de volledige uitwerking van de berekeningen van het Rijk. Verschillen in de verwachte opbrengsten, kunnen we dan ook niet herleiden.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

In Nederland geldt momenteel het verlaagd btw-tarief van 9 procent op logies. Het kabinet heeft besloten om dit btw-tarief te verhogen naar 21 procent om de belastinginkomsten te verhogen en het belastingstelsel te vereenvoudigen. De beoogde btw-verhoging zou moeten ingaan per 1 januari 2026. In opdracht van Koninklijke Horeca Nederland onderzochten het Centre of Expertise leisure, tourism & hospitality (CELTH) en Decisio de impact op de sector.

Brancheorganisaties zoals Koninklijke Horecasector Nederland (KHN) vrezen dat de stijging van het btw-tarief nadelige gevolgen heeft voor de sector, burgers en de samenleving. Zij vrezen dat de afschaffing van het verlaagd btw-tarief zal zorgen voor een daling in de omzet en werkgelegenheid bij hotels en pensions. KHN heeft Decisio en Centre of Expertise leisure, tourism & hospitality (CELTH) gevraagd om onderzoek te doen naar de economische gevolgen van de verhoging van de btw op logies: voor de hotelsector en daarbuiten.

Overwegingen bij verhoging btw-tarief

In 2023 heeft Dialogic een evaluatie² van het verlaagde btw-tarief uitgevoerd. Hierin is per productgroep onderzoek gedaan naar de doeltreffendheid en doelmatigheid van het verlaagd btw-tarief als beleidsinstrument. De onderzoekers concluderen in de evaluatie dat het voor de verschillende productgroepen moeilijk is om vast te stellen of het verlaagd btw-tarief doeltreffend en doelmatig is. Laat staan dat de informatie voor handen is om dit te kunnen kwantificeren. Daarnaast zijn de beleidsdoelstellingen volgens de onderzoekers vaak lastig te operationaliseren. Naar aanleiding van de evaluatie is een ambtelijke fichebundel opgesteld³. Fiche 20 is relevant voor dit onderzoek en gaat over logiesverstrekking en campings. In dit fiche wordt aangegeven dat het verlaagde btw-tarief waarschijnlijk doeltreffend is voor de doelstellingen het stimuleren van (internationaal) toerisme en het ondersteunen van de sector. De doelmatigheid kon niet worden vastgesteld. Een verlaagd btw-tarief is in brede zin (vrij vrijwel alle goederen en diensten) niet effectief om de minder draagkrachtigen te ontzien: huishoudens met hogere inkomens consumeren meer en profiteren dus ook sterker van een verlaagd btw-tarief.

In de ambtelijke fichebundel zijn in grote lijnen de conclusies uit de evaluatie van het verlaagd btw-tarief herhaald. Voor logies staat beschreven dat de doelmatigheid en doeltreffendheid van het verlaagd btw-tarief moeilijk kan worden vastgesteld. Verder wordt vermeld dat Nederland uit de pas zou lopen met andere landen in Europa bij afschaffing van het verlaagd btw-tarief.

² Dialogic en Significant APE (2023). Evaluatie van het verlaagde btw-tarief.

³ Ministerie van Financiën (2023). Ambtelijke fichebundel naar aanleiding van de evaluatie van het verlaagde btw-tarief.

In de ambtelijke fichebundel is een aantal doorrekeningen gedaan. De belangrijkste uitgangspunten en conclusies uit deze doorrekeningen zetten we hieronder uiteen. We toetsen deze conclusies in het voorliggende onderzoek:

De afschaffing van het verlaagde btw-tarief zal substantieel worden doorgegeven in een prijsverhoging (70% tot 80%), wat zal leiden tot een circa 8% hogere prijs voor consumenten. De prijsverhoging komt grotendeels voor rekening van binnenlandse toeristen: in niet-coronajaren waren binnenlandse toeristen goed voor circa 60-65% van de totale toeristische bestedingen. De overige 35-40% komt voor rekening van buitenlandse toeristen. In 2015 besteedden huishoudens gemiddeld 1,6% van hun budget aan logies. Zonder compenserend beleid leidt de prijsstijging tot een beperkte koopkrachtverslechtering van zo'n 0,1%. Voor hogere inkomens is het koopkrachtverlies groter (0,2%) aangezien zij relatief meer uitgeven aan logies. Schattingen van de prijselasticiteit variëren tussen -0,5 en -1,2, afhankelijk van het type logies⁴. Uitgaande van een prijselasticiteit van -0,75, betekent een prijsstijging van 9% dat de vraag naar logies met 6,75% zou afnemen. Op basis van de aannames over de afwenteling en de prijselasticiteit leidt een verhoging van het tarief van 9% naar 21% tot een omzetverlies van 9%.

1.2 Afbakening

In een recent onderzoek⁵ uitgevoerd door Ginder in opdracht van Hiswa-Recron is al onderzocht wat de maatschappelijke effecten van de btw-verhoging zijn voor de totale logiessector en is inzicht gegeven in de bestedingen van overnachtende toeristen. Dit onderzoek richt zich specifiek op de hotelsector. Daarbij maken we een onderscheid tussen verschillende hotelsegmenten (Amsterdam vs. rest van Nederland, luxere en budget segment) en beschouwen we de keteneffecten. In hoeverre worden andere sectoren geraakt door de btw-verhoging?

We maken in dit rapport onderscheid tussen de regio Amsterdam en de rest van Nederland. Dit omdat de bezoekerssamenstelling van de regio Amsterdam en ook het prijsniveau significant afwijkt van het Nederlandse gemiddelde. Amsterdam is een markt op zich: Amsterdam is goed voor circa 30 procent van de overnachtingen en aanbod van hotelkamers in Nederland. Meer dan 80 procent van de buitenlandse (niet-zakelijke) toeristen die landen op Schiphol, verblijft in Amsterdam⁶.

We houden geen rekening met alternatieve koopkrachtmaatregelen. De btw-verhoging leidt ertoe dat andere belastingen niet verhoogd hoeven te worden of dat het Rijk minder hoeft te bezuinigen. Deze doorwerking laten we buiten beschouwing.

⁴ Dialogic en Significant APE (2023). Evaluatie van het verlaagde btw-tarief.

⁵ Ginder (2024), Maatschappelijk en economisch effect btw-verhoging logies

⁶ Decisio (2023), Netto bestedingseffecten van luchtreizigers

1.3 Leeswijzer

In deze rapportage maken we de effecten van de aangekondigde btw-verhoging inzichtelijk voor hotels en pensions. In hoofdstuk 2 leggen we een theoretische basis over welke effecten we verwachten op basis van economische theorie en vanuit het Ginder-onderzoek. Dit vullen we aan met bevindingen vanuit de literatuur en de gevolgen van de btw-verhoging in andere sectoren. Vervolgens berekenen we de effecten van de btw-verhoging op hotels en pensions. We maken in ieder geval het effect op de omzet, werkgelegenheid en belastinginkomsten inzichtelijk en doen dit ook voor de indirecte effecten op aanpalende sectoren. Vervolgens toetsen we de resultaten aan de hand van verschillende gevoeligheidsanalyses. Tot slot sluiten we af met een overzicht van de resultaten voor alle sectoren en trekken we conclusies.

2. Theoretische achtergrond

In dit hoofdstuk beschrijven we de theoretische achtergrond van de effecten van de verhoging van het btw-tarief voor logies van 9 naar 21 procent. Op basis hiervan stellen we de uitgangspunten vast die de basis vormen voor het berekenen van de effecten op de omzet, werkgelegenheid en de belastinginkomsten.

2.1 Effecten btw-verhoging

De algemene economische theorie schrijft voor dat bij een hogere prijs van een product de vraag afneemt. Consumenten zullen hun budget anders moeten verdelen en minder van het product kopen. Daarmee daalt de afzet van verkopende partijen, in dit geval de hotelsector. Als hotels en pensions willen voorkomen dat de afzet te sterk daalt, kunnen ze ervoor kiezen de btw-verhoging zelf op te vangen door de prijs (exclusief btw) van het product te verlagen, waardoor de prijs inclusief btw minder sterk of helemaal niet stijgt. De omzet (exclusief btw) van hotels en pensions neemt dan door een lagere prijs (excl. btw) en/of lagere afzet (minder overnachtingen) alsnog af.

Dat betekent dat hotels in de kosten zullen moeten snijden of met een lager bedrijfsresultaat genoegen moeten nemen. Als het bedrijfsresultaat bescheiden is en kostenbesparingen onvoldoende mogelijk blijken, kunnen er zelfs faillissementen ontstaan. Voor het inschatten van de effecten van een btw-verhoging voor hotels en pensions zijn twee principes leidend. Ten eerste de mate waarin een hotel of pension het btw-tarief doorbelast aan de consument. Ten tweede de mate waarin de consument gevoelig is voor een prijsverandering (de prijselasticiteit). Deze twee aspecten hangen overigens met elkaar samen: is de consument zeer prijsgevoelig (de vraag is elastisch), dan zullen hoteliers meer hun best doen de prijzen laag te houden en een groter deel van de btw-verhoging voor eigen rekening te nemen. Is de consument niet prijsgevoelig (de vraag is inelastisch), dan zal de hotelier de btw-verhoging eerder doorbelasten. In de volgende paragrafen gaan we hier nader op in.

beschreven. Italiaans onderzoek⁷ uit 2010 waarin het effect van een verlaging van het btw-tarief van 10% naar 5% voor de horecasector werd doorgerekend, laat zien dat een btw-verlaging niet volledig doorgerekend zou worden in de prijs. Ook onderzoek uit Ierland laat zien dat een btw-verlaging deels werd doorberekend in de prijs, maar niet volledig.⁸ Ander onderzoek⁹ bevestigt dit: btw-verlagingen worden nooit volledig doorgerekend aan de klant (maximaal 82%, maar soms zelfs vrijwel niet). Ditzelfde onderzoek meldt dat bij btw-verhogingen gemiddeld een groter deel wordt doorberekend aan de klant. Er zijn zelfs voorbeelden waarbij een btw-verhoging heeft geleid tot prijsstijgingen die de btw-verhoging overtroffen. In Ierland is de btw op overnachtingen in de afgelopen 20 jaar een aantal keer verlaagd en verhoogd. Onderzoeken hiernaar laten structureel zien dat toerisme, werkgelegenheid en winstgevendheid afnemen bij een prijsverhoging en toenemen bij een prijsverlaging. De exacte mate waarin dit gebeurt verschilt en buitenlandse situaties zijn waarschijnlijk niet 1 op 1 toepasbaar op de Nederlandse situatie. Het uiteindelijke effect is zeer marktspecifiek. Het effect van een btw-verandering op de hotelprijs is sterk afhankelijk van de prijselasticiteit van vraag en aanbod.

Daarbij geldt dat in Nederland niet gesproken kan worden van één hotelsector. In de Randstad bij vier- en vijfsterrenhotels met veel zakelijke overnachtingen, is het aannemelijk dat een verhoging van het btw-tarief voor een groter deel wordt doorgerekend in de prijzen dan in regio's dicht bij grens en waar vooral toeristisch bezoek komt. Zakelijke bezoekers zijn minder prijsgevoelig én kunnen btw terugvragen. Amsterdam is daarnaast een markt op zich. Amsterdam trekt een volledig andere doelgroep dan de rest van Nederland: meer dan 80 procent is een buitenlandse bezoeker en een groot deel daarvan komt zelfs van buiten Europa. De hotelprijs vormt voor deze groep een kleiner deel van het reisbudget dan voor Nederlandse hotelbezoekers: de impact van een hogere hotelprijs op de totale vakantiekosten is dan beperkt. Anderzijds: deze groep heeft ook meer uitwijkmogelijkheden naar andere landen en er is concurrentie van andere Europese hoofdsteden. Amsterdam trekt veel toeristische bezoekers zonder zakelijk motief. Veel van de intercontinentale bezoekers willen Europa bezoeken. Amsterdam is dan een van de mogelijkheden¹⁰. De intercontinentale reismarkt is bovendien nog niet op het niveau van voor corona: zat in 2019 een groot deel van de Amsterdamse hotels bijna het gehele jaar vol, inmiddels wijkt de bezettingsgraad in Amsterdam niet meer af van het Nederlandse gemiddelde. Tot slot heeft Amsterdam een afwijkend hotelbeleid. Enerzijds is er de hotelstop, waardoor binnen

⁷ Manente, M., & Zanette, M. (2010). MACROECONOMIC EFFECTS OF A VAT REDUCTION IN THE ITALIAN HOTELS & RESTAURANTS INDUSTRY. *Economic Systems Research*, 22(4), 407–425. <https://doi.org/10.1080/09535314.2010.526927>

⁸ Indecon (2017), Impact of the VAT Reduction on Irish Tourism and Tourism Employment

⁹ Ministry of Finance, Malta (2009), The Impact of a Reduced Rate of VAT on Restaurants

¹⁰ Decisio (2023), Netto bestedingseffecten van luchtreizigers

Amsterdam concurrentie wordt beperkt en zittende hotels hun prijzen eenvoudiger kunnen verhogen. Maar anderzijds heeft Amsterdam de hoogste toeristenbelasting van Europa, waarmee mogelijkheden om prijsverhogingen te absorberen zijn uitgehold en de concurrentie met hotels net buiten Amsterdam is toegenomen.

In het HOSTA-rapport 2024 is gevraagd naar de verwachte doorwerking in de hotelprijs bij een btw-verhoging. Daarbij geeft 70 procent van de hotelondernemers aan de btw-verhoging voor meer dan de helft of volledig door te rekenen aan de gast, iets meer dan 20 procent rekent verhoging voor minder dan de helft door en iets meer dan 5 procent is van plan de btw-verhoging niet door te rekenen in de prijs aan de gast. In Amsterdam verwachten hoteleigenaren een kleiner deel door te rekenen aan de gast dan in de rest van Nederland. Uit onze eigen enquête (zie voor detailresultaten bijlage 2) blijkt een vergelijkbaar beeld. Amsterdamse hoteleigenaren verwachten daarnaast dat de btw-verhoging een iets grotere impact heeft op het aantal overnachtingen dan eigenaren van hotels in de rest van Nederland.

Mogelijk komen hier twee zaken samen die we in hoofdstuk 3 uitwerken: de marges in Amsterdam liggen iets hoger dan in de rest van Nederland, waardoor er meer ruimte is om de btw-verhoging op te vangen. En mogelijk is daarnaast de internationale bezoeker van verder weg prijsgevoeliger, omdat deze kan kiezen uit vele Europese steden om te overnachten. Hoge hotelprijzen worden als mogelijke verklaring gegeven voor het recente wegblijven van Britse toeristen¹¹. De basisaannname van het Ministerie van Financiën dat een hotel gemiddeld 75% door zal rekenen in de hotelprijs, lijkt plausibel.

2.2 Prijselasticiteiten

De gevoeligheid van een consument voor prijsveranderingen is cruciaal om de effecten van een verhoogd btw-tarief door te rekenen: binnen de economische theorie heet dit begrip de prijselasticiteit van de vraag. De prijselasticiteit geeft weer wat er gebeurt met de vraag naar een product als de prijs van dat product met 1 procent stijgt. Een prijselasticiteit van - 2 betekent bijvoorbeeld dat als de prijs met 1 procent stijgt, de vraag met 2 procent daalt.

Literatuur over prijselasticiteiten van hotelovernachtingen is schaars en resultaten zijn uiteenlopend. Het Italiaanse onderzoek hanteerde een prijselasticiteit van - 1,06, maar de vraag is hoe relevant dit onderzoek is voor de Nederlandse

¹¹ <https://www.nbtc.nl/nl/site/download/geactualiseerde-verwachting-verblijfstoerisme-2024#>

hotelsector. Het Ministerie van Financiën van Malta¹² dat onderzoek uit verschillende Europese landen met elkaar heeft vergeleken, laat zien dat de vraag naar vakanties elastisch is (elasticiteit gemiddeld van -1,13), maar dat voor deelmarkten de vraag inelastisch is. Toeristen boeken immers een vakantie: de prijzen van vervoer, hotels of restaurants vormen slechts een deel van de totaalprijs. Voor een deelmarkt als restaurants werd een gemiddelde elasticiteit van -0,65 gevonden. Rosenberger en Stanley gaven een overzicht van 329 publicaties waarin de prijsgevoeligheid van de vraag naar recreatieve diensten werd onderzocht. Hierin werd geconcludeerd dat de gemiddelde prijselasticiteit -0,997 was¹³. Wel geven de auteurs aan dat studies met een sterk significant effect vaker in wetenschappelijke tijdschriften worden gepubliceerd. Een correctie voor dit effect zou leiden tot een lagere prijselasticiteit. Dit komt overeen met de prijselasticiteit die het Rijk hanteert. Het Rijk hanteert namelijk een middenwaarde van -0,75 in bandbreedte van -0,5 tot -1,2¹⁴. Het NYFER- onderzoek specificeert dit tot een prijselasticiteit van -0,5 tot -0,7 voor zakelijke hotelbezoekers en -0,6 tot -0,8 voor niet-zakelijke hotelbezoekers¹⁵.

Uiteindelijk is de prijselasticiteit van veel zaken afhankelijk: is een product een basisbehoefte of een luxegoed? Wat is uiteindelijk het product: de vakantie of het hotel? Hoeveel alternatieven zijn er? Dan gaat het zowel om alternatieven voor logies/overnachtingen (Airbnb, campings, bungalowpark), als voor alternatieve bestemmingen (vakantie/hotel elders) of alternatieve bestedingen in brede zin (pretpark, bioscoop, uit eten of nieuwe televisie i.p.v. hotelovernachting). Dit verschilt per doelgroep. Waar een Nederlandse toerist eerder zal besluiten om een nachtje minder te overnachten en geld aan iets anders te besteden, zal een buitenlandse toerist eerder besluiten ergens anders op vakantie te gaan¹⁶.

Per regio en hotel in Nederland zullen deze zaken verschillen. Dat blijkt ook uit inschattingen van hotelconsultants van Simon-Kucher die per herkomstland een andere impact verwachten. Zij komen tot een prijselasticiteit variërend van -0,2 tot -1,2 voor Europese landen en van 0 tot -0,5 voor bezoekers uit de Verenigde Staten.

¹² Ministry of Finance, Malta (2009), The Impact of a Reduced Rate of VAT on Restaurants

¹³ [Rosenberger en Stanley, 2010: Publication Selection of Recreation Demand Price Elasticity: A Meta-Analysis](#)

¹⁴ <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/ambtsberichten/2023/09/15/ambtelijke-fichebundel-naar-aanleiding-van-de-evaluatie-van-het-verlaagde-btw-tarief>

¹⁵ [NYFER 2015, Gastvrijheid en de btw](#)

¹⁶ Decisio (2023), Netto bestedingseffecten van luchtreizigers

Country	Impact on leisure volume with price increase from €146 to €162
Netherlands	-2% tot -11%
Belgium	-3% tot -14%
Germany	-3% tot -8%
United Kingdom	-4% tot -10%
United States	0% tot -6%

Simon-Kucher is a leading consulting firm with more than 2,000 employees in 30 countries. The company specialises in pricing and investigated the impact of the VAT increase based on its own models and a survey among >2,000 Dutch hotel guests

Bron: ABNA, Profit margins Dutch Hotels (presentatie 10 oktober 2024)

De onderstaande tabel laat de uiteenlopende uitkomsten zien van verschillende onderzoeken naar de prijselasticiteit van de vraag naar hotels en toerisme. Ook voor het luchtvaarttoerisme zijn gegevens verzameld, omdat dit een van de deelmarkten is van een totaal reis- of vakantieproduct. Overigens gelden daarbij kanttekeningen: de elasticiteit betreft in veel onderzoeken de kosten van een specifieke route. Dezelfde bestemming kan ook via een andere route te bereiken zijn of een reiziger kan kiezen voor een andere vakantiebestemming. De elasticiteit is zeer afhankelijk van de afstand: op de lange afstand is een reiziger minder prijsgevoelig dan op de kortere afstanden. Dat speelt waarschijnlijk ook een rol bij hotels: hotels die bezoekers van verder wegtrekken, hebben naar verwachting gemiddeld minder prijsgevoelige gasten.

Tabel 2.1: Prijselasticiteiten uit de literatuur

Prijselasticiteit	Bron	Basis scenario	Lage scenario	Hoge scenario
Algemeen	Ambtelijk fichebundel	-0,75	-0,50	-1,20
Zakelijke reizigers	NYFER	-0,60	-0,50	-0,70
Niet-zakelijke reizigers	Crouch ¹⁷	-0,70	-0,60	-0,80
Toerisme	Ministry of Finance, Malta	-1,13	0	-2,5
Deelmarkten toerisme (prijsniveau van óf hotel, óf reis, óf restaurant, etc.)	Ministry of Finance, Malta	-0,65	-0,2	-1,0
Internationale zakelijke luchtvaartreizigers	Gillen et al	-0,6	-0,3	-1,4
Internationale niet-zakelijke luchtvaartreizigers	Gillen et al	-1,0	-0,6	-1,7

¹⁷ Crouch, Price Elasticities in International Tourism., 1994

Hierboven hebben we laten zien dat er veel nuances zijn: de herkomst van de gasten, de regio waarin het hotel gelegen is en de prijsklasse van het hotel zijn allemaal bepalend voor de prijsgevoeligheid van de gasten. Per hotel zal de prijselasticiteit dus verschillen. Deze nuances vallen buiten de scope van wat mogelijk is dit onderzoek. We hanteren daarom in de basis dezelfde prijselasticiteiten als het Rijk: een gemiddelde prijselasticiteit van -0,75 voor niet-zakelijke reizigers en -0,6 voor zakelijke reizigers. We voeren gevoeligheidsanalyses uit met andere elasticiteiten.

Veel onderzoek naar prijselasticiteit individuele hotels, minder totale markt

Met de opkomst van dynamic pricing in de hotelmarkt is er veel onderzoek verricht naar de prijselasticiteit. Hotels, ondersteund door bookingssoftware en -websites optimaliseren continu de hotelprijzen op basis van de verwachte vraag bij een bepaalde prijs. Hotels bepalen inmiddels zelf niet eens meer de prijs: ze kunnen een bandbreedte aangeven, maar uiteindelijk bepaalt 'de markt' via boekingswebsites de prijs. Voor individuele hotels is de vraag behoorlijk elastisch: er zijn veel substituten, zeker in het laagseizoen. Dan is er binnen eenzelfde stad of regio veel keuze aan hotels, er is veel concurrentie en de prijs-kwaliteit kan goed vergeleken worden. Een relatief kleine verandering in de hotelprijs kan dan al een grote verandering in vraag naar hotelkamers betekenen. In het hoogseizoen ligt dat al anders: veel is dan al volgeboekt, waarmee gasten minder prijsgevoelig zijn.

Er is veel bekend over de impact van prijzen voor een individueel hotel. Voor de totale hotelmarkt is hier minder informatie over, zoals hierboven beschreven. Een hotel is immers onderdeel van de kosten een totale reis. De vraag is dan minder elastisch: de vakantie wordt uitgekozen op de prijs-kwaliteit van het totaalpakket van de toeristische bestemming. Wat heeft de bestemming te bieden? En wat kost het (in tijd en geld) om daar te komen en verblijven? De hotelprijs speelt dan een relatief kleine rol. Als alle hotels in de regio duurder worden, is daarmee de prijselasticiteit kleiner dan bij een verhoging van de prijs van een enkel hotel. Mogelijk is er hierdoor wel verschil tussen hotels in grensregio's (waarbij hotels over de grens niet duurder worden) en hotels in de rest van Nederland. Op dit detailniveau zijn geen onderzoeken bekend. We baseren ons daarom op een verwachte middenwaarde.

2.3 Substitutie

Gasten die niet langer in een hotel overnachten, geven hun geld vaak aan iets anders uit. Gasten die de hogere btw betalen, hebben juist minder te besteden voor andere zaken. We maken hierbij onderscheid tussen Nederlandse en buitenlandse gasten.

Buitenlandse gasten

Een deel van de gasten zal niet meer komen door de hogere hotelprijzen. Zij geven vervolgens ook geen geld meer uit aan eten, drinken en uitjes in Nederland. Een deel van de bestedingen van buitenlandse gasten verdwijnt dus over de grens.

Voor de gasten die wel blijven komen, verwachten we dat ze de extra btw-kosten dragen en dat dit niet ten koste gaat van andere bestedingen in Nederland. Er bestaan concepten als een 'vast vakantiebudget', maar er is weinig literatuur die houvast geeft voor hoeveel procent van de gasten dit geldt. Het Vakantiesentiment Onderzoek van het NBTC geeft wel een indicatie: ongeveer de helft van de Belgen en Duitser geeft aan het vakantiegedrag aan te passen door stijgende prijzen. Een kwart gaf aan dit (ook) te doen door te besparen op de uitgaven tijdens de vakantie. De exacte hoogte is niet vast te stellen. Op basis van deze enquête zal circa 10 procent¹⁸ van de buitenlandse gasten die ondanks de btw-verhoging blijft komen, besparen op andere posten tijdens de vakantie. Gegeven de relatief beperkte omvang en onbekende hoogte van de besparing gaan we er in de berekeningen van uit dat buitenlandse gasten die de hogere btw betalen, niet besparen op andere posten als eten, drinken en uitjes. De btw-inkomsten zijn extra. Dit is een conservatieve aanname vanuit het oogpunt van deze studie: we hanteren een kleine onderschatting van de negatieve impact op bestedingen en een kleine overschatting op de btw-opbrengsten voor het Rijk.

Nederlandse gasten

Voor het deel van de Nederlandse gasten dat minder in een hotel zal overnachten, gaan we ervan uit dat zij hun geld elders in Nederland besteden in overeenstemming met hun gemiddelde consumptiepatroon (excl. vaste lasten zoals een woning of zorg). We verwachten niet dat Nederlandse toeristen uit zullen wijken naar het buitenland door de prijsstijging. Binnenlandse en buitenlandse vakanties zijn beperkte substituten¹⁹. Een buitenlandse vakantie is in de regel duurder en neemt meer tijd in beslag dan een binnenlandse vakantie. Een vakantie dichterbij om te besparen op reiskosten lijkt een logischere gedragsverandering als hotelprijzen stijgen. Uiteraard geldt ook hier dat er best steden in België en Duitsland vlak over de grens kunnen zijn, die een alternatief zijn voor een weekendje Groningen of Maastricht. Maar dit effect is naar verwachting relatief beperkt. Ook hier hanteren we dus een conservatieve aanname voor de impact op bestedingen en daarmee samenhangende gederfde btw-inkomsten.

De extra btw van Nederlandse gasten die wel blijven komen, gaat juist ten koste van hun gemiddelde consumptie elders (niet op de vakantiebestemming, maar wel gedurende de rest van het jaar: een euro kan immers maar één keer uitgegeven worden).

¹⁸ Circa 50% geeft aan gedrag te veranderen, 25% daarvan doet dat door minder te besteden. Dat is 12,5% van de totale groep geënquêteerden.

¹⁹ Decisio (2023), Netto bestedingseffecten van luchtreizigers

2.4 Te hanteren aannames

Op basis van de gevonden literatuur sluiten we in een basisscenario aan bij de uitgangspunten van het Rijk: een prijselasticiteit van -0,75 en een doorrekening van de btw-verhoging in de hotelprijs met 75%.

Als gevoeligheidsanalyse rekenen we ook met een doorrekening in de prijs met 50 en met 100 procent. Zoals we in hoofdstuk 3 uitwerken zijn er aanwijzingen dat een groot deel van de hotels de btw-verhoging niet voor eigen rekening kan nemen, zonder dat dit het voortbestaan onder druk zet.

We voeren ook gevoeligheidsanalyses uit met een lagere prijselasticiteit (-0,5) en een hogere prijselasticiteit (-1). Er zijn immers factoren die het aannemelijk maken dat toeristen minder prijsgevoelig zijn: alle logies (dus ook veel substituten) in Nederland worden duurder en een hotel is slechts een onderdeel van de totale reis- en verblijfskosten. Anderzijds zijn er (buiten Amsterdam) vooral binnenlandse bezoekers voor wie een nachtje minder overnachten ook een optie is en voor wie een hotel wél een groot deel van de vakantiekosten betreft. En kunnen buitenlandse toeristen besluiten een andere bestemming te kiezen: er is dus niet alleen concurrentie met Nederlandse hotels. De meeste Nederlandse toeristen zullen niet snel naar het buitenland gaan door de prijsstijging: een buitenlandse vakantie is in de regel duurder en neemt meer tijd in beslag.

Voor de substitutie-effecten hanteren we dan ook de aanname dat buitenlandse toeristen die niet langer overnachten in een hotel, ook daarbuiten geen geld meer uitgeven in Nederland. Voor Nederlandse toeristen geldt dat een verandering in bestedingen door de btw-verhoging, hun normale consumptiepatroon in Nederland vervangt.

3. Marktschets

In dit hoofdstuk zetten we een aantal belangrijke kenmerken van de Nederlandse hotelmarkt uiteen. Deze vormt de basis voor de uiteindelijke impactberekeningen.

3.1 Nederlandse hotelmarkt

Cijfers over de Nederlandse hotelmarkt zijn hoofdzakelijk gebaseerd op twee bronnen: het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) en het HOSTA rapport van Horwath HTL. We sluiten in onze berekeningen zoveel mogelijk aan bij de CBS cijfers, aangezien dit de bron is met de grootste steekproef. Echter zijn niet alle data actueel en ver genoeg uitgediept: het CBS geeft inzicht in overnachtingen tot en met 2024 (cijfers over 2024 zijn nog voorlopige cijfers), maar financiële gegevens zijn beschikbaar tot 2022 bij het CBS (het laatste coronajaar). HOSTA rapporteert deze ook over 2023 en maakt ook gedetailleerdere uitsplitsingen naar hotelsegment. We gebruiken de HOSTA gegevens om het onderzoek te verrijken. Daarnaast hebben we voor dit onderzoek met KHN een enquête uitgezet waarin ook naar de financiële situatie over 2024 gevraagd is. De ingevulde financiële gegevens daarin bleken niet allemaal representatief voor de gehele hotelsector in Nederland, maar zijn gebruikt ter toets. Voor de meer kwalitatieve verwachtingen van respondenten verwijzen we naar paragraaf 3.2.

3.1.1 Aanbod en economisch belang

Volgens het CBS waren er in juli 2024 3.842 hotels/pensions/jeugdaccommodaties (hierna genoemd hotels) in Nederland. Dit zijn alleen de hotels met minimaal vijf slaapplaatsen. Deze hotels herbergden in totaal ruim 150.000 kamers, met bijna 329.000 slaapplaatsen. Het gemiddeld aantal slaapplaatsen per kamer lag daarmee op 2,2. In onderstaande Tabel 3.1 worden deze cijfers getoond.

Tabel 3.1: Aantal hotels, kamers en slaapplaatsen per provincie per 1 juli 2024.

Regio	Aantal hotels	Aantal kamers	Aantal slaapplaatsen
Gemeente Amsterdam	497	41.991	92.329
Overig Nederland	3.345	108.133	236.478
Nederland totaal	3.842	150.124	328.807

Bron: CBS

Gezamenlijk bieden deze hotels werkgelegenheid aan een kleine 100 duizend personen (62 duizend FTE), hadden ze in 2023 een omzet van 7,7 miljard euro en waren ze goed voor een toegevoegde waarde van 3,8 miljard euro. Daarmee droeg de sector direct bij aan 0,4% van het Nederlandse BBP en 0,8% van de

werkgelegenheid (in FTE). Buiten het hotel gaven gasten naar schatting nog circa 3 miljard euro uit in de lokale en regionale economie.

Tabel 3.2: Kerngegevens hotelbranche

Kerngegevens hotelbranche	2023
Aantal overnachtingen (x1000)	61.976
Werkzame personen (x1000)*	97
Aantal FTE (x1000)*	62
Omzet (x mln. €)*	€ 7.746
Winsten voor belasting (x mln. €)*	€ 747
Toegevoegde waarde (x mln. €)*	€ 3.802

* Bron CBS, financiële gegevens 2022 bewerkt door Decisio o.b.v. hotelaandeel in ontwikkeling totale logiesector periode 2018-2023

De ontwikkeling van de sector laat voor 2024 een stijging in het aantal overnachtingen zien (voorlopige cijfers CBS: 64,6 miljoen). De verwachting is dat omzet is gestegen, maar ondertussen is te zien dat de kamerprijzen niet mee kunnen stijgen met de lastenstijging²⁰. Daarmee zijn er de eerste signalen dat de marges onder druk komen te staan.

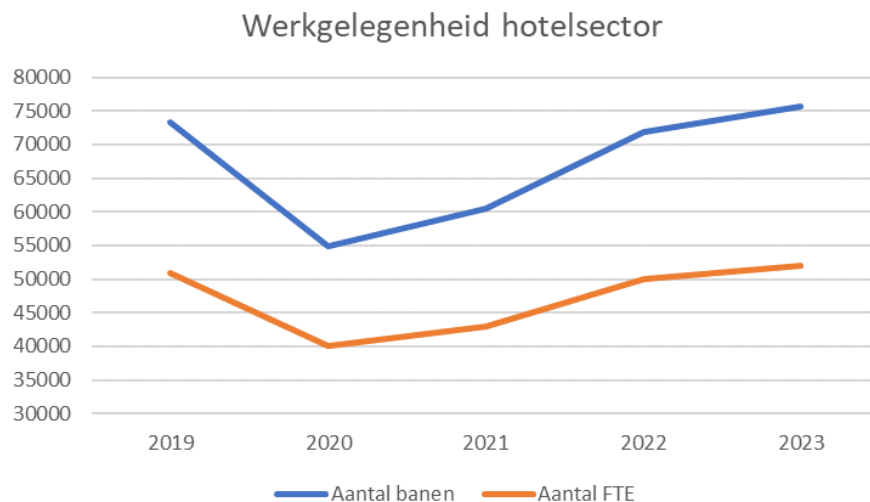
3.1.2 Werkgelegenheid hotelsector

De Nationale destiniatiemanagement-organisatie van en voor Nederland (NBTC) heeft de ontwikkeling van de werkgelegenheid van de hotelsector in beeld gebracht²¹. De werkgelegenheid in de hotelsector is weer aan het stijgen na een dip gedurende de coronajaren en bevindt zich inmiddels boven het niveau van 2019.

²⁰ HOSTA -2024 en Analyses ABN-Amro

²¹ arbeidsmarktmonitor.nbtc.nl

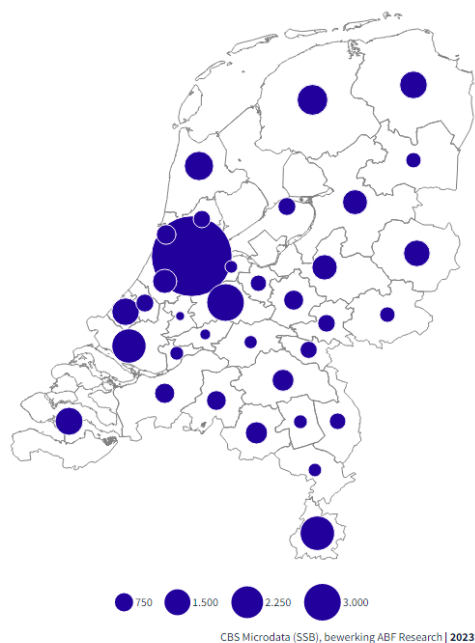
Figuur 3.1: Werkgelegenheid werknemers hotelsector.



Bron: NBTC o.b.v. CBS Microdata (NB: zelfstandigen en hoteleigenaren die niet op loonlijst staan, zijn niet meegenomen in deze statistiek)

De werkgelegenheid is niet evenredig over Nederland verdeeld. Amsterdam springt eruit en de andere grote steden in de Randstad hebben ook relatief veel werkgelegenheid in de hotelsector. Daarnaast zijn er veel toeristische banen langs de kust, in Zuid-Limburg, Twente en het noorden van Nederland.

Figuur 3.2: Aantal fte in hotels per arbeidsmarktregio.



Bron: NBTC o.b.v. CBS Microdata

Kijken we naar het aandeel dan zien we dat na Amsterdam, Zeeland, Zuid-Limburg en Friesland (inclusief vier Waddeneilanden) volgen. De hotelsector is hier direct goed voor ongeveer 1 procent van de werkgelegenheid. En de gastvrijheidssector als geheel heeft een aandeel van meer dan 6 procent in deze regio's. Dat is de directe werkgelegenheid. Regionaal zijn er ook toeleveranciers en dienstverleners die indirect afhankelijk zijn van de sector: van de supermarkt tot de boekhouder van het hotel. Daarmee speelt toerisme een belangrijke rol in de economie via de inkoop van toeristische bedrijven van deze regio's.

Tabel 3.3: Top 5 belang hotel en gastvrijheidssector

Top 5 omvang hotelsector		Top 5 aandeel hotelsector		Top 5 aandeel gastvrijheidssector	
Arbeidsmarkt regio	Aantal FTE (2023)	Arbeidsmarkt regio	Aandeel hotelsector	Arbeidsmarkt regio	Aandeel sector
Groot Amsterdam	14520	Groot Amsterdam	1,5%	Groot Amsterdam	10,4%
Midden-Utrecht	3165	Zeeland	1,2%	Zeeland	7,6%
Zuid-Limburg	2665	Zuid-Limburg	1,1%	Zuid-Kennemerland en IJmond	6,5%
Rijnmond	2635	Friesland	0,8%	Zuid-Limburg	6,2%
Friesland	2115	Noord-Holland-Noord	0,8%	Noord-Holland-Noord	6,1%

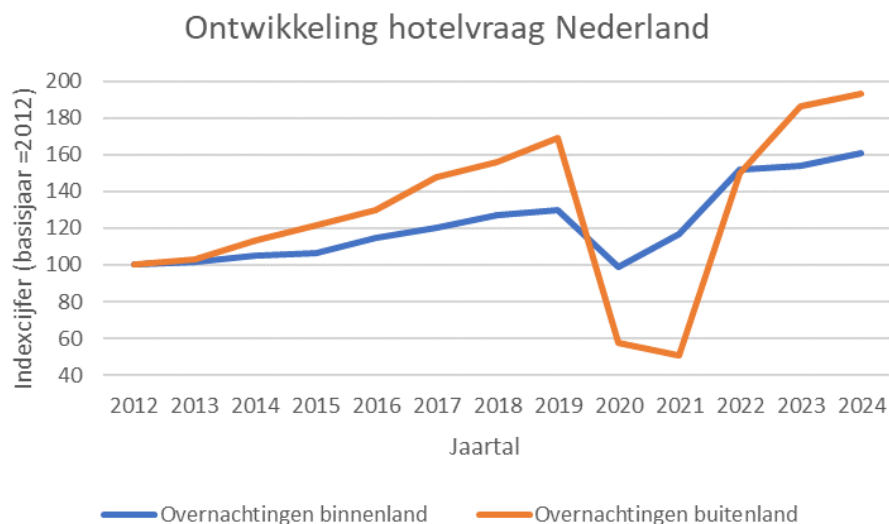
Bron: NBTC, bewerking CELTH en Decisio

De werknemers in de hotelsector wijken af van de gemiddelde werknemer. Het merendeel van de werkzame personen in de hotelsector is vrouw (57%). De gemiddelde leeftijd van de werkenden ligt met 34,2 jaar erg laag. En een relatief groot deel van de werkenden (34%) heeft geen startkwalificatie op zak: dat betekent dat deze groep ook relatief lastig elders aan een baan zal komen. Ongeveer 35 procent heeft een Mbo-opleiding gedaan, 15 procent HAVO/VWO en 16 procent is hoger opgeleid (HBO/WO). De sector wordt gekenmerkt door veel flexibele arbeidskrachten: slechts 34% van de werkenden in de hotelsector heeft een contract voor onbepaalde tijd. Over het algemeen zijn de werknemers tevreden over hun werk. Ruim 75% heeft aangegeven hier tevreden over te zijn en nog eens 17% geeft aan niet tevreden maar ook niet ontevreden te zijn.

3.1.3 Vraag en ontwikkeling van de vraag

Nederlandse hotels bieden overnachtingsmogelijkheden voor gasten uit binnen- en buitenland. Op basis van cijfers van het CBS kunnen we het verloop van de vraagontwikkeling van de hotelsector over de afgelopen jaren (2012-2024) zien. Deze is weergegeven in onderstaande Figuur 3.3. Hieruit wordt duidelijk dat de vraag naar hotelovernachtingen de afgelopen jaren (2012-2024) is gestegen. Met uitzondering van de coronaperiode steeg de vraag vanuit de buitenlandse markt (93%) harder dan de vraag vanuit de binnenlandse markt (61%).

Figuur 3.3: Ontwikkeling hotelvraag Nederland. Bron: CBS



Omdat we in dit onderzoek onderscheid maken tussen hotels in Amsterdam en de rest van Nederland, is de vraagontwikkeling daarvoor ook in kaart gebracht (zie onderstaande Tabel 3.4). De markt is in heel Nederland gegroeid, maar in Amsterdam het sterkst. Verdiepen we ons nog iets meer in de Nederlandse regio's dan zien we nog steeds in iedere regio groei, maar ook dat deze in de toeristische regio's als Limburg, Friesland (inclusief Waddeneilanden) en Zeeland rond de 2 à 3 procent ligt en in de Randstad boven de 5 procent in de periode 2012 - 2024.

Tabel 3.4: Jaarlijkse gemiddelde vraagstijging (in aantal overnachtingen) naar herkomst hotelbezoeker. Bron: CBS

Gebied	Herkomst	Jaarlijkse gemiddelde vraagstijging 2012-2024	Jaarlijkse gemiddelde vraagstijging 2018-2024
Amsterdam	Totaal	5,9%	3,9%
	Binnenland	5,7%	3,7%
	Buitenland	5,9%	4,0%
Nederland totaal	Totaal	4,9%	3,8%
	Binnenland	4,1%	4,1%
	Buitenland	5,6%	3,6%

Samenstelling van de vraag

De groei van het buitenlands toerisme heeft vooral impact op het aantal overnachtingen in Amsterdam. Waar in de rest van Nederland het aandeel buitenlandse overnachtingen rond de 40 procent ligt, is dat in Amsterdam meer dan

80 procent. Met bovendien een groot aandeel bezoekers van buiten Europa, terwijl die groep in de rest van Nederland nauwelijks een rol speelt.

Tabel 3.5: Overnachtingen (in mln.) naar regio en herkomstland

2023	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Nederland	3,6 (18%)	25,1 (60%)	28,7 (46%)
België	0,5 (3%)	2 (5%)	2,5 (4%)
Duitsland	2 (10%)	5,2 (12%)	7,2 (12%)
Rest Europa	8,4 (41%)	6,6 (16%)	15,1 (24%)
Rest van de wereld	5,8 (28%)	2,7 (7%)	8,5 (14%)
Totaal 2023	20,4	41,6	62,0
2024*	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Nederland	3,5 (17%)	26,6 (64%)	30,1 (49%)
België	0,6 (3%)	2,2 (5%)	2,8 (4%)
Duitsland	2,1 (10%)	5,3 (13%)	7,4 (12%)
Rest Europa	8,9 (44%)	6,5 (16%)	15,4 (25%)
Rest van de wereld	6 (29%)	2,9 (7%)	8,9 (14%)
Totaal 2024	21,0	43,6	64,6

Bron: CBS, * voorlopige cijfers

Een deel van de hotelvraag is zakelijk en een deel toeristisch. Op basis van cijfers van het CBS kan geconcludeerd worden dat in Nederland gemiddeld 27 tot 28 procent van de vraag zakelijk is (zie Tabel 3.6). Het deel zakelijk ligt met een aandeel van 17 procent in de gemeente Amsterdam aanzienlijk lager dan in de rest van Nederland (bijna 32%). Het aantal zakelijke overnachtingen is overigens aanzienlijk gedaald sinds de Coronacrisis: tot 2019 lag het aandeel circa 10 procentpunt hoger.

Tabel 3.6: Aandeel zakelijke hotelbezoekers in 2024. Bron: CBS

Gebied	% zakelijke vraag (2024)
Amsterdam	17,3%
Overig Nederland	31,9%
Totaal Nederland	27,2%

3.1.4 Bezetting en kameropbrengsten

Het aantal hotelkamers in Nederland is in de periode 2012-2024 gestegen met ruim 35% terwijl het aantal overnachtingen met 75 procent toe nam. Aangezien de vraag veel sneller is gestegen dan het aanbod, kan worden geconcludeerd dat de kamerbezetting landelijk gezien gestegen is over de periode 2012-2024. De meest recente jaren staat de bezetting echter onder druk. Hoewel het aantal overnachtingen in Nederland hoger ligt dan in 2019, is de kamerbezetting nog niet gelijk aan de periode voor corona. In 2023 was vooral in de regio Amsterdam de kamerbezetting nog niet hersteld en cijfers over 2024²² laten zien dat dat nog

²² ABNA-Amro, o.b.v. STR-marketdata

steeds niet het geval is. De groei in het aantal overnachtingen van buiten Europa is daar afgeremd.

Tabel 3.7: Gemiddelde kamerbezetting per jaar.

Regio	2019	2020	2021	2022	2023
Amsterdam en Schiphol	85,3%	26,3%	31,4%	62,3%	77,6%
Overig Nederland	73,5%	45,8%	47,9%	68,5%	72,6%
Nederland totaal	78,2%	34,4%	38,6%	65,8%	74,8%

Bron: HOSTA (2024)

Het HOSTA-rapport biedt tevens op meer gesegmenteerd niveau inzicht in de gemiddelde kamerbezettingsgraden. We zien dat de grotere hotels een betere kamerbezetting hebben dan de kleinere hotels: hotels met meer dan 150 kamers hebben een 2 tot 3 procent hogere bezettingsgraad. Vooral opvallend is dat de hotels in het lagere prijssegment een lagere bezettingsgraad hebben. In de coronaperiode was dat overigens andersom: toen hadden de grotere en duurdere hotels te maken met de laagste bezettingsgraden.

Tabel 3.8: Gemiddelde kamerbezettingsgraad in 2023 naar kamerprijs.

Prijsclassificatie (gemiddelde kamerprijs)	Gemiddelde kamerbezettingsgraad
Laag (< € 107,00)	68,5%
Laag-gemiddeld (tussen € 107,00 en € 130,00)	75,5%
Gemiddeld-hoog (tussen € 130,00 en € 175,00)	76,5%
Hoog (> € 175,00)	76,7%

Bron: HOSTA (2024)

Kameropbrengsten RevPAR en TRevPAR

Als we de gemiddelde kamerbezettingsgraad en gemiddelde kamerprijs combineren komen we tot de RevPAR (Revenue per available room). Dit is de gemiddelde omzet die er per beschikbare kamer per nacht wordt behaald. In de RevPAR zijn alleen kameropbrengsten meegenomen. Een andere belangrijke indicator in de hotelsector is de TRevPAR (Total Revenue per available room). In deze indicator zijn ook de overige uitgaven in hotels door gasten meegenomen. Zowel de RevPAR als de TRevPAR lagen in 2023, gestuwd door de inflatie, hoger dan in 2022. De opbrengsten in Amsterdam en in de hotelcategorie met 150 – 250 kamers liggen het hoogste. Verder is te zien dat hotels buiten Amsterdam procentueel meer omzet halen uit overige zaken dan in Amsterdam. Dat is te verklaren door de zeer hoge dichtheid aan dagrecreatieve- en horecagelegenheden buiten het hotel in Amsterdam en het feit dat kamerprijzen in Amsterdam hoger liggen waardoor andere inkomstenbronnen minder noodzakelijk zijn.

Tabel 3.9: RevPAR en TRevPAR naar type hotel in 2023

Type hotel	RevPAR	TRevPAR
Hotel in Amsterdam en Schiphol	€ 159,00	€ 221,00
Hotel in overig Nederland	€ 90,00	€ 179,00
Gemiddeld hotel in Nederland	€ 124,00	€ 205,00
Hotel met minder dan 100 kamers	€ 108,00	€ 178,00
Hotel met 100-150 kamers	€ 113,00	€ 203,00
Hotel met 151-250 kamers	€ 134,00	€ 243,00
Hotel met meer dan 250 kamers	€ 137,00	€ 191,00
Hotel met prijsclassificatie laag (< € 107)	€ 63,00	€ 117,00
Hotel met prijsclassificatie laag-gemiddeld (tussen € 107 en € 130)	€ 89,00	€ 184,00
Hotel met prijsclassificatie gemiddeld-hoog (tussen € 130 en € 175)	€ 112,00	€ 204,00
Hotel met prijsclassificatie hoog (> € 175)	€ 198,00	€ 267,00

Bron: HOSTA (2024)

3.1.5 Exploitatiecijfers en kostenstructuur

Tot en met 2022 beschikt CBS over omzetcijfers en kostenstructuur van hotels in Nederland. De totale omzet van de gehele hotelsector bedroeg in 2022 € 6,8 miljard. De belangrijkste kostenposten naast het personeel, zijn de inkoopwaarde (eten, drinken, verbruiksartikelen, etc.), huisvestingskosten en afschrijvingen. De winstmarge / het resultaat voor belastingen in 2022 bedroeg 8,4 procent. Bij hoteleigenaren (niet in loondienst van hun eigen hotel als BV) is dat de marge waar ze hun inkomsten uit moeten halen. De EBITDA (inkomsten voor afschrijvingen, rentebetalingen en belastingen) lag op 18%: hier moeten hotels ook hun toekomstige investeringen uit bekostigen. Op basis van de ontwikkeling van de productiestatistiek van de totale logiesector hebben we een inschatting gemaakt voor 2023. In 2023 was de omzet van hotels in Nederland 7,6 miljard euro. De winstmarge lag naar schatting rond de 10 procent en de EBITDA op 19 procent. Voor corona, in 2018 en 2019, was dit respectievelijk 12 en 20 procent. In de coronajaren 2020 en 2021 leed de sector forse verliezen, in 2022 was de markt enigszins hersteld, maar nog niet op het niveau van vóór corona. Gestegen kosten zijn daar een belangrijke oorzaak van. Steeg de omzet tussen 2019 en 2022 met 10 procent, de inkoopkosten en kosten van investeringen stegen met 30 procent, de kosten voor energie verdubbelden zelfs.

Tabel 3.10: Kostenstructuur hotelsector Nederland in 2022 (in mln. €)

	Bedrag	% van de omzet	Schatting 2023
Bedrijfsopbrengsten	€ 6.833,-	100%	100%
Inkoopwaarde omzet	€ 1.294,-	18,9%	18,3%
Brutomarge	€ 5.539,-	81,1%	81,7%
Personeelskosten	€ 2.029,-	29,7%	30,6%
Kosten energieverbruik	€ 290,-	4,2%	4,1%
Huisvestingskosten	€ 912,-	13,3%	12,9%
Kosten apparatuur en inventaris	€ 96,-	1,4%	1,6%
Kosten vervoermiddelen	€ 34,-	0,5%	0,5%
Verkoopkosten	€ 251,-	3,7%	3,5%
Communicatiekosten	€ 31,-	0,5%	0,4%
Overige kosten	€ 668,-	9,8%	9,4%
EBITDA	€ 1.228,-	18,0%	18,9%
Afschrijvingen	€ 629,-	9,2%	8,9%
Interest	€ 77,- (-)	1,1% (-)	-1,0%
Saldo voorzieningen	€ 3,- (-)	0,0%	0,0%
Saldo buitengewone baten en lasten	€ 53,-	0,8%	0,7%
Resultaat voor belastingen	€ 571	8,4%	9,6%

Bron: CBS statline (SBI-code 551), bewerking Decisio

Het CBS geeft inzicht op nationaal niveau. We gebruiken deze voor onze berekeningen in het volgende hoofdstuk. Maar er zijn aanzienlijke verschillen voor verschillende typen hotels en ook per regio verschillen de gegevens. HOSTA laat bijvoorbeeld zien dat kosten (exclusief huisvestingskosten en afschrijvingen) in Amsterdam 55 tot 60 procent van de omzet bepalen en buiten Amsterdam 70 procent. Na aftrek van de vaste lasten schatten we op basis van HOSTA de winst voor belasting in Amsterdam in op 10 tot 13 procent van de omzet en 8 tot 11 procent in de rest van Nederland.

Wat zegt de sector? Zorgpunt 1: Afname van investeringen en bedrijfslevensvatbaarheid – De impact op kleine- en middelgrote Investeerders

De voorgestelde btw-verhoging van 9 naar 21 procent op overnachtingen in Nederland zal naar verwachting de investeringscapaciteit van de horecasector belemmeren. Financiële instellingen en vastgoedorganisaties waarschuwen dat deze belastingverhoging kan leiden tot een daling van 6 – 7 procent in hotelovernachtingen, een cijfer dat mogelijk conservatief is voor grensregio's en exploitanten. Veel accommodatieaanbieders geven aan dat ze moeite zullen hebben om de extra kosten te absorberen zonder deze door te berekenen aan consumenten. Deze verwachte daling van de bezettingsgraad bedreigt rechtstreeks de winstgevendheid, vooral voor kleine en familiehotels, die vaak met dunne marges werken. Als gevolg hiervan kunnen deze bedrijven gedwongen worden om renovaties, duurzaamheidsprojecten en digitale moderniseringsinspanningen uit te stellen.

Kleine en middelgrote investeerders in grensregio's en landelijk gebied lopen het grootste risico, geven onze interviewpartners aan die onder andere actief zijn in Groningen, Zeeland en Vlissingen. Velen hebben al aanzienlijke kapitaal (€ 2- €40 miljoen) geïnvesteerd in het ontwikkelen van nieuwe horecaprojecten, het herstellen van historische eigendommen en het herbestemmen van gebouwen voor accommodatie. De combinatie van stijgende materiaal-, arbeids- en energiekosten, samen met de onverwachte btw-verhoging, heeft de financiële levensvatbaarheid van deze projecten drastisch verminderd. Veel investeringen waren begroot onder het 9% btw-kader, waardoor het nieuwe tarief een kritieke klap is voor de verwachte rendementen. Dit bedreigt niet alleen bestaande ontwikkelingen, maar ontmoedigt ook toekomstige investeringen in regionale horeca-infrastructuur.

In tegenstelling tot grote hotelketens, die financiële verliezen kunnen herverdelen over meerdere markten of investeringen kunnen verschuiven naar regio's met lagere belastingen zoals België (6% btw) en Duitsland (7% btw), missen kleinere investeerders de flexibiliteit om deze kostenstijgingen te compenseren. Exploitanten waarmee we hebben gesproken geven aan dat met name toeristische gasten prijsgevoelig zijn en geen btw kunnen terugvorderen – en dus of niet zullen overnachten of kiezen voor goedkopere opties zoals Airbnb en andere landen die meer concurrerend zijn vanwege de kosten en belasting.

Voor projecten die momenteel in aanbouw zijn, met name in regionale knooppunten en kleine steden, maakt de btw-verhoging veel ontwikkelingen economisch onhoudbaar. Investeerders heroverwegen de wijze waarop projecten worden afgerond en in sommige gevallen worden ontwikkelingen helemaal stopgezet. Wanneer deze ontwikkelingen onbeheerd worden gelaten, kan dit leiden tot een toename van onafgewerkte projecten, financiële wanbetalingen en faillissementen, wat niet alleen hotel exploitanten treft, maar ook aannemers, leveranciers en lokale bedrijven. De gevolgen kunnen verder reiken dan de horeca, waardoor de terugvordering van uitstaande schulden van de COVID-19 pandemie wordt belemmerd en de algehele bedrijfsactiviteit in getroffen regio's wordt verminderd. Deze neergang is verweven met werkgelegenheidsverlies en lokale economische stagnatie, wat de uitdagingen verder versterkt zoals uiteengezet in Zorgpunt 3: Sociale en Werkgelegenheidsgevolgen (zie paragraaf 4.4).

Bron: analyse CELTH o.b.v. interviewronde hoteliers, banken, investeerders en vastgoedontwikkelaars

Voor de impact van de btw-verhoging is het van belang welk deel van de omzet daadwerkelijk geraakt wordt door de verhoging. Ook daar geeft het HOSTA-rapport meer inzicht in. In Amsterdam zijn kamers goed voor ruim 70 procent van de omzet, buiten Amsterdam voor circa 50 procent. In Amsterdam wordt dus een relatief groot deel van omzet direct geraakt door de btw-verhoging.

Tabel 3.11: Exploitatiecijfers in 2019 en 2023.

	Amsterdam & Schiphol		Overig Nederland	
	2019	2023	2019	2023
Omzet kamers	71%	72%	59%	50%
Omzet eten	18%	15%	25%	31%
Omzet drinken	6%	5%	9%	12%
Omzet kleine operationele afdelingen	3%	1%	4%	1%
Overige omzet	2%	7%	3%	6%
Totale omzet	100%	100%	100%	100%

Bron: HOSTA (2024)

Belastingen

Hoteliërs betalen veel verschillende typen belastingen. Deze belastingen zijn op te delen in Rijksbelastingen en lokale lasten. Bij het Rijk gaat het om:

- *Omzetbelasting*: Over het grootste deel van de omzet betalen hoteliers momenteel het verlaagde – 9% - tarief, namelijk over de kameropbrengsten, voedingsmiddelen en non-alcoholische dranken. Over het andere deel van de omzet wordt over het algemeen al het standaardtarief – 21% - betaald.
- *Winstbelasting*. Deze belasting wordt betaald over de winst die wordt gemaakt. Gemiddeld gaan we uit van 22,5%. Dit is een voorzichtige inschatting. Voor hoteliers die als eenmanszaak geregistreerd staan (geen BV) en met Nederlandse aandeelhouders die later dividend in privé uitkeren, zal het percentage hoger liggen.
- En daarnaast zijn er werkgeverslasten, belastingen op nutsvoorzieningen (gas, water, elektriciteit) en op verzekeringen. In onze analyses gaan we hier niet verder op in. We nemen aan dat voor de BV Nederland de impact klein zal zijn: werknemers die vertrekken bij een hotel, gaan (op termijn) elders aan de slag. De arbeidsmarkt is immers krap. Nederlanders die niet naar een hotel gaan, blijven thuis en betalen daar belasting op gas, water en licht.

Daarnaast moeten hoteliers vaak *lokale heffingen* betalen. De belangrijkste zijn:

- *Toeristenbelasting*: de belangrijkste variabele belasting is de toeristenbelasting. In Amsterdam bedraagt deze gemiddeld € 17 per persoon per hotelovernachting. In de rest van Nederland € 2²³.
- Daarnaast zijn er vele belastingen minder direct afhankelijk van het aantal overnachtingen of de omzet (op termijn uiteraard wel): zoals de Onroerendezaakbelasting, Riool- en afvalstoffenheffing, Waterschapsbelastingen, motorrijtuigenbelastingen, precariobelastingen

²³ Atlas Lokale lasten 2024, COELO, Groningen

(als de grond onder het pand, het terras of reclame-uitingen van de gemeente is) en reclamebelastingen (voor uitingen aan de buitenkant van het pand).

Op basis van diverse openbare bronnen is een raming gemaakt van de huidige (onder het 9% btw-tarief) belastingdruk van een gemiddeld hotel (volgens gegevens HOSTA) in Amsterdam en daarbuiten dat in eigendom is van de exploitant en geen precariobelasting betaald. Deze komt voor hoteliers in Amsterdam op ruim 26% van de kameromzet inclusief toeristenbelasting en btw en voor hoteliers in de rest van Nederland op bijna 23% van de kameromzet inclusief toeristenbelasting en btw. Zie bijlage 1 voor de uitsplitsing en opbouw van deze belastingdruk. De btw-verhoging zou dit laten stijgen naar 33% tot 37% van de kameromzet. Dat is aanzienlijk hoger dan in onze buurlanden die een btw-tarief van 6% (België) en 7% (Duitsland) hanteren. Zeker voor hotels in de grensregio's wordt concurrentie met de buurlanden lastiger.

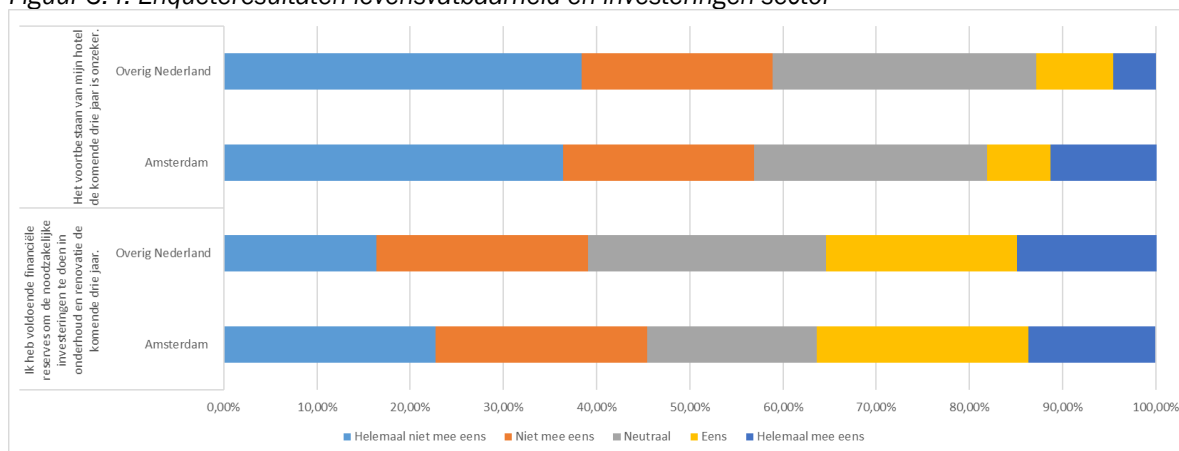
3.2 Levensvatbaarheid hotelsector

Cijfers over de winstmarges zijn gemiddelden. Deze zeggen in mindere mate iets over de levensvatbaarheid van de hotelsector als geheel. Er zijn grote verschillen tussen de bedrijven in winstmarges en ook restschulden van bijvoorbeeld de coronapandemie. De horeca (inclusief restaurants) had in 2022 een belastingschuld van 1,2 miljard euro uitstaan onder de crisismaatregelregeling voor uitstel van belastingbetaling²⁴. Circa 45 procent van alle horecaondernemers maakte gebruik van de regeling. Inmiddels vindt 12 procent van de horecaondernemers de belastingschuld problematisch en is de groep die verwacht over 3 jaar zeker nog te bestaan circa 60 procent. Dat is 13 procent minder dan het gemiddelde van andere sectoren in Nederland. Het ondernemersvertrouwen in de horecasector laat dus te wensen over.

In onze eigen uitgezette enquête zijn stellingen voorgelegd aan hoteliers die gaan over de toekomstbestendigheid van hun hotel. Dit heeft geleid tot de volgende resultaten (van helemaal niet mee eens tot helemaal mee eens):

²⁴ Algemene rekenkamer (2024), Focus op coronabelastingsschulden

Figuur 3.4: Enquêteresultaten levensvatbaarheid en investeringen sector

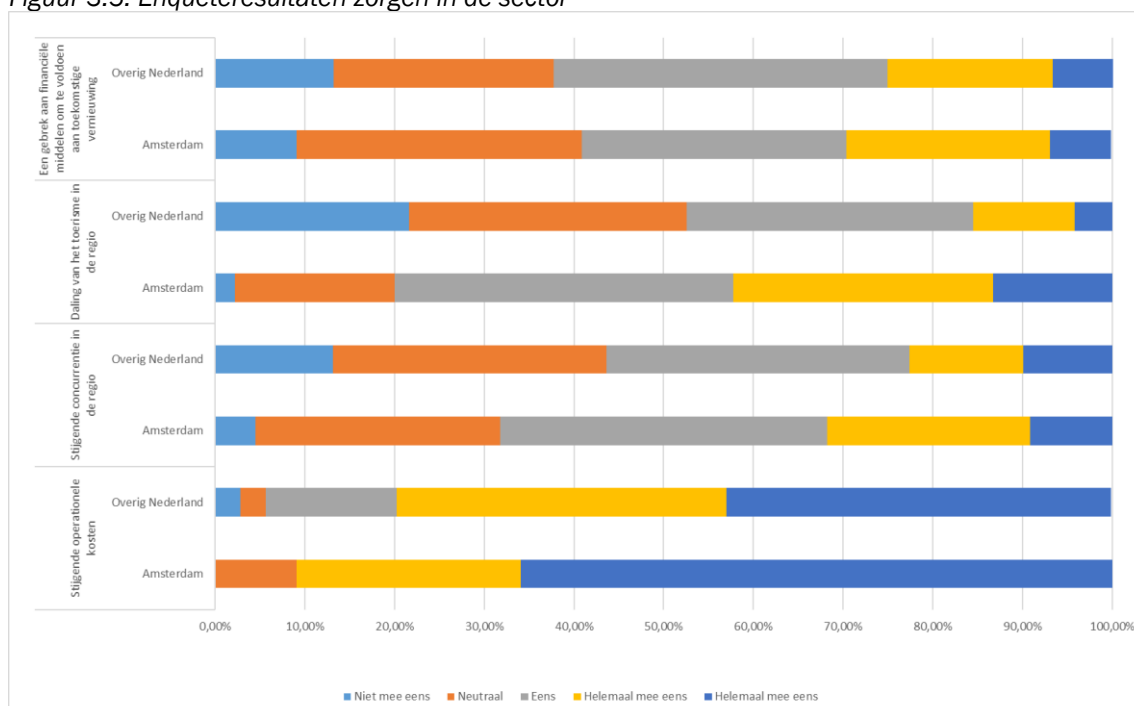


Bron: enquête CELTH / Decisio

Uit bovenstaande grafiek kan worden geconcludeerd dat een relatief groot deel van de hotels niet beschikt over voldoende financiële middelen om de noodzakelijke investeringen te doen in onderhoud en renovatie de komende drie jaren. In Amsterdam gaat dit om 36,3% van de hotels en in de rest van Nederland om 35,5% van de hotels. In Amsterdam geeft 18,2% aan dat het voortbestaan op korte termijn (drie jaar) onzeker is. In de rest van Nederland ligt dit percentage met 12,8% lager maar is het nog steeds aanzienlijk.

Waar komt deze onzekerheid vandaan? Een aantal van de factoren is uitgevraagd in onze enquête. Resultaten zijn opgenomen in de onderstaande grafiek.

Figuur 3.5: Enquêteresultaten zorgen in de sector



De belangrijkste zorgen bij hoteliers zitten in de stijgende operationele kosten. In Amsterdam maakt 90,9% van de respondenten zich hier zorgen om. In de rest van Nederland is dit percentage 79,7%. Opvallend is dat men zich in Amsterdam ook zorgen maakt om een daling van het toerisme in de regio (42,2%), terwijl men zich daar in de rest van Nederland (15,5%) duidelijk minder zorgen om maakt. Dat past bij het eerdere beeld dat het internationale toerisme van buiten de EU minder sterk is hersteld dan het overige toerisme en dat Amsterdam actief beleid voert om toerisme te ontmoedigen via campagnes en hoge lokale belastingen.

Trends en ontwikkelingen hotelsector

Om een gedegen raming te maken van de impact van de beoogde btw-verhoging, is het tot slot belangrijk om de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de hotelsector in kaart te brengen. Een aantal hiervan (stijgende vraag, stijgende prijzen, maar ook sterk stijgende (operationele) kosten) is hiervoor al benoemd. Maar er zijn meer trends die het kostenniveau, verdienmodel en gelijke speelveld beïnvloeden en die specifiek geraakt worden bij een btw-verhoging.

Gelijk speelveld onder druk door particuliere woningenverhuur (zoals Airbnb)

In veel gemeenten is het mogelijk voor huiseigenaren om hun accommodatie (tijdelijk) te verhuren aan toeristen. Dit is de laatste jaren (zeker in de stedelijke gebieden) steeds populairder geworden. Meer en meer gaven hoteliers aan ook

toenemende concurrentie vanuit de particuliere woningenverhuur (zoals Airbnb) te voelen. In Nederland is de tijdelijke verhuur van woningen niet vrijgesteld van btw. Echter, met de Kleineondernemersregeling (KOR) is het wel mogelijk een vrijstelling voor de btw aan te vragen. Het nadeel hiervan is wel dat je de btw op de inkoop niet kan terugvragen. Zeker voor kleine particuliere verhuurders van vakantiewoningen en B&B's levert dit alsnog een concurrentievoordeel op ten opzichte van hotels. Dit voordeel zal alleen maar groter worden als de beoogde btw-verhoging ingevoerd wordt. Wel beginnen steeds meer steden (Amsterdam voorop) de particuliere woningenverhuur aan banden te leggen door bijvoorbeeld regelgeving over het maximaal te verhuren aantal nachten via websites als Airbnb en afdrachten van toeristenbelasting. Dit heeft ervoor gezorgd dat de concurrentie voor de hotelsector vanuit de particuliere woningenverhuur weer iets afgenomen is (in bepaalde plaatsen). Maar met het verschil in btw-tarief, wordt het verschil weer groter tussen de twee aanbieders van overnachtingslocaties.

Wat zegt de sector? Zorgpunt 2: Marktverstoring en concurrentienadeel

De btw-verhoging op hotelovernachtingen in Nederland zorgt voor een aanzienlijk nadeel ten opzichte van buurlanden. In België (6% btw) en Duitsland (7% btw) geldt nu al een lager tarief. Met het Nederlandse tarief dat stijgt naar 21%, is er een reëel risico op grensoverschrijdend toerismeverlies, vooral in grenssteden en -regio's. Bezoekers kunnen er daar voor kiezen om over de grens te verblijven om kosten te besparen terwijl ze nog steeds Nederlandse bestemmingen bezoeken.

De verschuiving in consumentengedrag verzwakt de concurrentiekracht van de Nederlandse hotelsector, vooral voor onafhankelijke hotels en familiebedrijven die niet de prijsflexibiliteit van grotere internationale ketens kunnen evenaren. Dit kan langetermijn-toerismestrategieën ondermijnen die gericht zijn op het promoten van Nederland als een aantrekkelijke bestemming voor bezoekers.

Financiële instellingen en vastgoedorganisaties hebben bezorgdheid geuit dat een dalende bezettingsgraad een neerwaartse cyclus kan veroorzaken. Dalende inkomsten leiden tot verminderde investeringen in kwaliteit, innovatie en modernisering. Als Nederlandse hotels niet kunnen concurreren met internationale normen, kan de sector blijvende reputatieschade oplopen, wat blijvende verschuivingen in consumentvoorkeuren veroorzaakt.

Een andere kritieke zorg is de blijvende impact van COVID-19. Veel hotels zijn nog niet volledig hersteld, en een plotselinge btw-verhoging zal de financiële reserves verder onder druk zetten. Sectordeskundigen voorspellen dat stijgende kosten tot sluitingen kunnen leiden, waardoor lege eigendommen en stilgelegde ontwikkelingen achterblijven. Dit beïnvloedt de vastgoedmarkt in getroffen regio's negatief. Daarmee loopt Nederland het risico een minder aantrekkelijke bestemming te worden voor zowel vrijetijds- als zakenreizigers, terwijl tegelijkertijd de kleine stadseconomieën die afhankelijk zijn van toerisme worden verzwakt.

Bron: analyse CELTH o.b.v. interviewronde hoteliers, banken, investeerders en vastgoedontwikkelaars

Groeiende Bleisure markt

'Bleisure', een samentrekking van de woorden Leisure en Business, wordt steeds populairder. Bij Bleisure worden aan het begin of aan het einde van een zakenreis extra dagen toegevoegd om de werknemers wat extra rust, plezier en ontspanning te bieden. Eigenlijk een aantal dagen vrije tijd op de bestemming van het zakelijke bezoek. Volgens Routespring, een gerenommeerd travel management platform dat zich richt op de groeiende markt van bleisure reizen, wordt ongeveer 40% van de zakenreizen verlengd tot bleisure reis. Grand View Research deed onderzoek naar de Bleisure markt en voorspelt een groei met een samengesteld jaarlijks groeipercentage van 12,1% van 2023 tot 2030.

Uitponding van hotels

In de recreatiesector is het geen onbekend fenomeen, want op recreatieparken gebeurt het al jaren: uitponden. In de hotelsector zien we dit de laatste jaren ook steeds meer gebeuren. Bij uitponden wordt het eigendom van de accommodaties (in dit geval hotelkamers) individueel verkocht aan particulieren. Soms (meestal) blijft er een overkoepelende beheerder over, maar het kan ook zijn dat kopers zelf verantwoordelijk worden voor onderhoud en beheer. In de sector voor recreatieparken heeft dit fenomeen ervoor gezorgd dat de sector in plaats van langjarig exploitatie-gedreven veel meer korte termijn investerings-gedreven werd. Het verkopen van recreatiewoningen was namelijk een lucratief verdienmodel. Gevolgen voor de kwaliteit van recreatieparken verschillen sterk per park, maar over het algemeen zorgt minder focus op langjarige exploitatie voor kwaliteitsvermindering op de lange termijn. Het verhogen van de btw op kamerverhuur zorgt ervoor dat het exploiteren van een hotel minder interessant wordt. Dit zou de trend van uitponding in de hotelmarkt kunnen versnellen.

COA opvang in hotels

Het COA is de afgelopen paar jaar een vrij groot afnemer geweest van hotelkamers. Naar schatting waren er eind 2023 circa 5.000 hotelkamers bezet in Nederland voor opvang²⁵. Dat is ruim 3 procent van het hotelaanbod in Nederland en in de regio's waar dit gebeurt (vooral regio's buiten de Randstad met een aanzienlijk lagere bezettingsgraad in het laagseizoen), ligt het aandeel nog hoger. Dit heeft voor een constante inkomstenstroom gezorgd voor de hotels in het lagere en middensegment, maar is ook een risico. Wanneer deze stroom wegvalt zullen de prijzen en marges dalen. Niet alleen voor het hotel zelf, maar ook voor de omliggende hotels doordat het aanbod weer toeneemt.

²⁵ Volkskrant, 19 dec 2023

Toerisme-ontmoedigend beleid

In een aantal plaatsen in Nederland wordt het steeds drukker, onder andere door de komst van toeristen. In sommige gebieden wordt zelfs 'overtourisme' ervaren. Hierdoor wordt in een aantal gebieden ondertussen een toerisme-ontmoedigend beleid gevoerd. Zo hebben Amsterdam, Haarlem en Maastricht een (tijdelijke) hotelstop en worden veel gemeenten terughoudender met het verlenen van nieuwe vergunningen. Door het verhogen van de toeristenbelasting wordt soms beoogd met een kleiner aantal bezoekers, dezelfde overheidsinkomsten te genereren.

3.3 Toeristische bestedingen door hotelgasten

Toeristen die in Nederland in hotels overnachten geven niet alleen geld uit aan een hotelkamer, maar ze besteden ook in de bestemmingsregio. In het CBS Vakantieonderzoek (CVO) worden uitspraken gedaan over de hoogte van deze bestedingen in 2023. Gemiddeld besteedden gasten aan het hotel, pension of B&B in totaal € 80,00 per dag of € 113,00 per nacht. Zij blijven gemiddeld 3,5 dag of 2,5 nacht, wat neerkomt op gemiddelde bestedingen van € 279,00 per persoon per verblijf. Als we inzoomen op deze bestedingen dan zien we het volgende bestedingspatroon (zie Tabel 3.12).

Tabel 3.12: Gemiddelde uitgaven per nacht en dag naar type uitgave in 2023.

Type uitgave	Uitgaven per nacht	Uitgaven per dag
Accommodatie	€ 59,00	€ 42,00
Vervoer	€ 13,00	€ 10,00
Horeca	€ 28,00	€ 20,00
Uitstapjes en excursies	€ 4,00	€ 3,00
Souvenirs, winkels en boodschappen	€ 6,00	€ 4,00
Overig	€ 2,00	€ 1,00

Bron: CVO

Ook hierbij geldt dat er een verschil is tussen bestedingen in de regio Amsterdam en daarbuiten. De steekproef van het CVO is te klein om daar een gedegen uitspraak over te doen. Maar op basis van de gemiddelde cijfers van bestedingen in Noord-Holland gaat het om minimaal 20 procent hogere bestedingen in Amsterdam ten opzichte van de rest van Nederland. Rekening houdend met het gegeven dat een deel van de horeca bestedingen aan eten en drinken ook in het hotel plaatsvindt, verwachten we dat toeristen die overnachten in hotels in 2023 nog circa 3 miljard euro uitgaven aan bestedingen buiten het hotel.

4. Effecten op hotelmarkt

In dit hoofdstuk gaan we in op de effecten van de btw-verhoging op de hotelmarkt. We beschrijven kort het impactmodel op hoofdlijnen. Vervolgens analyseren we de impact van de btw-verhoging van 9 procent naar 21 procent op de hotelsector, toeristische sector, belastinginkomsten en Nederlandse economie.

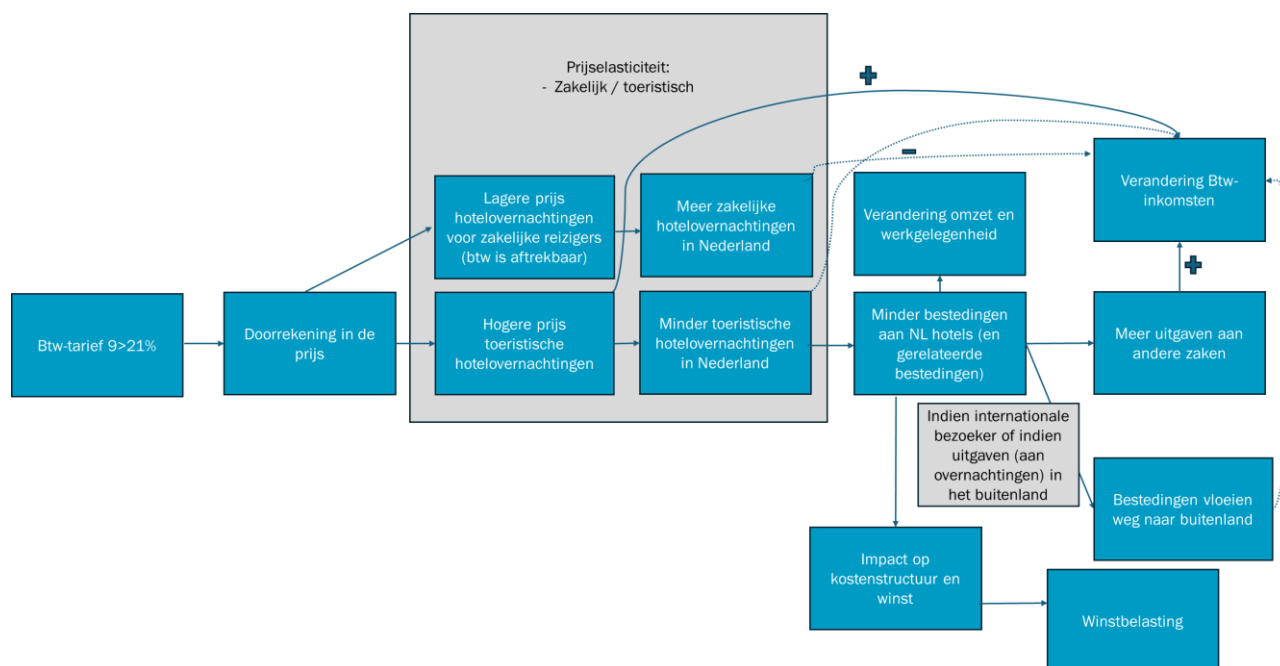
4.1 Beschrijving impactmodel

Voor deze studie hebben we een impactmodel ontwikkeld waarmee:

1. **Op basis van inputparameters:** de btw-verhoging, het deel dat doorberekend wordt in de kamerprijs en de prijselasticiteit.
2. **De verandering in de vraag naar overnachtingen wordt gemodelleerd:** met onderscheid naar verschillende doelgroepen / segmenten (binnenlands, buitenlands, zakelijk, toeristisch)
3. **Waaruit een effect op de bestedingen in de hotelmarkt en toeristische sector volgt:** en daarmee impact op de omzet, winsten en werkgelegenheid en de btw-afdrachten uit de sector.
4. **En rekening gehouden wordt met 'substitutie':** indien Nederlandse toeristen minder gaan overnachten geven ze hun geld aan iets anders (in Nederland) uit, extra bestedingen aan btw gaan ten koste van bestedingen aan andere producten en diensten in Nederland. Buitenlandse toeristen die wegblijven, geven hun geld niet meer in Nederland uit.
5. **Waarmee we een integraal beeld schetsen van de impact op: hotels, de toeristische sector én de Nederlandse economie als geheel.**

We houden in het model geen rekening met koopkrachtmaatregelen of vermeden belastingverhogingen en bezuinigingen van de overheid die betaald worden uit de btw-opbrengsten. Belangrijk is wel om te vermelden dat koopkrachtmaatregelen beperkt ten goede komen aan de toeristische sector, omdat de sector voor een groot deel op buitenlandse gasten draait die niet in hun inkomen gecompenseerd worden voor hogere prijzen.

Figuur 4.1: Schematische weergave impactmodel. Bron: Decisio



Bovenstaand figuur geeft het model schematisch weer. In de onderstaande paragrafen gaan we achtereenvolgens in op de impact op 1) de hotelsector, 2) de bredere toeristische sector en 3) de Nederlandse economie als geheel.

4.2 Effecten verhoging btw-tarief op de hotelsector

In deze paragraaf beschrijven we de impact van de btw-verhoging op de hotelsector. We onderscheiden daarbij de Amsterdamse markt en de rest van Nederland.

4.2.1 Effecten op de prijs en vraag

Het effect van de btw-verhoging op de kamerprijs is afhankelijk van de mate waarin hotels hun prijs doorbereken. We kiezen een basisscenario dat aansluit bij de uitgangspunten van het Ministerie van Financiën: 75% van de btw-verhoging wordt doorberekend in de kamerprijs.

Onderstaande tabel geeft de uitgangspunten die we hanteren voor het impactmodel. De tabel geeft onder andere de prijselasticiteit weer: de mate waarin mensen minder besteden aan hotels als gevolg van een prijsstijging. Bij een prijselasticiteit van -0,75 leidt een prijsstijging van 1% tot een afname van het

aantal overnachtingen met 0,75%. Deze elasticiteit hanteren we voor toeristische overnachtingen en is gelijk aan de elasticiteit die het Rijk hanteerde als uitgangspunt in haar berekeningen²⁶. Voor zakelijke overnachtingen gaan we uit van een lagere prijselasticiteit, namelijk -0,6²⁷. Zakelijke hotelgasten zullen minder snel hun gedrag veranderen als gevolg van een prijsverandering. Zakelijk gasten reageren bovendien op de prijs exclusief btw, aangezien zij hun btw terug kunnen vragen.

Met de prijselasticiteit kunnen we vervolgens berekenen wat de impact van de btw-verhoging is op het aantal toeristische overnachtingen: deze nemen af met 6,2 procent. Het aantal zakelijke hotelovernachtingen neemt daarentegen toe. Zij kunnen namelijk hun btw terugvragen en hebben daardoor een goedkopere hotelovernachting. De btw-verhoging is namelijk niet volledig doorberekend in de prijs en leidt dus tot een prijsverlaging exclusief btw.

Tabel 4.1: Input impactmodel

Beschrijving	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Impact op prijs door verhoging btw van 9 naar 21%	11%	11%	11%
Prijsdoorrekening	75%	75%	75%
Prijsverandering incl. btw	8,3%	8,3%	8,3%
Prijsverandering excl. btw	-2,5%	-2,5%	-2,5%
Prijselasticiteit toeristische overnachtingen	-0,75	-0,75	-0,75
Prijselasticiteit zakelijke overnachtingen	-0,6	-0,6	0,6
Impact op toeristische overnachtingen	-6,2%	-6,2%	-6,2%
Impact op zakelijke overnachtingen	1,5%	1,5%	1,5%

De onderstaande tabel geeft de verandering weer in het aantal overnachtingen als gevolg van de btw-verhoging.

Tabel 4.2: Effect btw-verhoging op het aantal overnachtingen (x 1 mln.)

Overnachtingen in 2024	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Toeristisch binnenlands	-0,2	-1,1	-1,3
Toeristisch buitenlands	-0,9	-0,7	-1,6
Zakelijk binnenlands	0,0	0,1	0,1
Zakelijk buitenlands	0,0	0,1	0,1

²⁶ Ambtelijk fichebundel.

²⁷ NYFER

Het aantal *toeristische overnachtingen* neemt af als gevolg van de btw-verhoging. We schatten in dat dit om ongeveer 3 miljoen overnachtingen op jaarbasis zal gaan. Het aantal zakelijke overnachtingen neemt licht toe, doordat de prijs voor hen juist iets omlaag gaat als hoteliers niet de volledige btw doorrekenen. Dit gaat om circa 100.000 extra overnachtingen op jaarbasis.

Manieren om btw-verhoging te beperken

Hotels bieden vaak zowel diensten aan die vallen onder hoog als onder laag btw-tarief. Denk aan een ontbijt of diner dat onder een laag tarief valt. Hotels zullen methoden zoeken om hun prijs (binnen de marges die de belastingdienst accepteert) zo te optimaliseren dat het gemiddelde btw-tarief zo laag mogelijk is.

Momenteel bieden veel hotels hun ontbijt bijvoorbeeld goedkoper aan als het van tevoren bijgeboekt wordt, in plaats van ter plekke. Ook zijn er arrangementen waarbij de meerkosten voor een diner relatief laag zijn. Dit kan ook omgedraaid worden: de kamerprijs wordt goedkoper als ook van tevoren een ontbijt of diner bijgeboekt wordt. Ook kan de prijs van het ontbijt of diner worden verhoogd en de kamerprijs zo laag mogelijk (als acceptabel) worden gehouden. De belastinginspectie op hotels wordt niet eenvoudiger door deze maatregel.

4.2.2 Effecten op omzet en kosten hotelmarkt

Hotels halen gemiddeld 56% van hun omzet komt uit kamerinkomsten²⁸. Voor Amsterdam is dit 72% en voor de rest van Nederland 50%. We gaan ervan uit dat van de overige inkomsten (restaurant, zaalverhuur, etc.) circa de helft afkomstig is van overnachtende gasten. De prijzen van deze producten en diensten veranderen niet, maar als gasten niet meer overnachten, zullen ze ook deze bestedingen niet meer doen. Het resterende deel van de inkomsten is niet afhankelijk van het aantal overnachtingen en wordt ook niet geraakt door de btw-verhoging.

²⁸ Bron: HOSTA gegevens 2023

Tabel 4.3: Effect btw-verhoging naar verschillende soorten omzet. Bedragen in miljoenen en omzetcijfers exclusief btw

Effecten omzet uit overnachtingen	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Omzet 2023²⁹ (excl. btw)	€ 2.040	€ 5.628	€ 7.667
% omzet uit kamers	72%	50%	56%
Omzet uit kamers (2023)	€ 1.468	€ 2.814	€ 4.282
Omzet uit kamers na btw-verhoging (excl. btw)	€ 1.362	€ 2.641	€ 4.004
Effect op kameromzet (excl. btw)	-€ 106	-€ 172	-€ 279
btw-inkomsten 2023 (9% btw)	€ 132	€ 253	€ 385
btw-inkomsten na btw-verhoging (21% btw)	€ 286	€ 555	€ 841
Effect op btw inkomsten	€ 154	€ 301	€ 455
Effecten omzet uit eten en drinken	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
% omzet uit eten en drinken	20,0%	43,0%	36,9%
Waarvan afhankelijk van hotelovernachtingen	10,0%	21,5%	18,4%
Omzet 2023	€ 204	€ 1.210	€ 1.414
Omzet eten en drinken na btw-verhoging	€ 194	€ 1.165	€ 1.359
Impact op omzet eten en drinken hotelsector	-€ 10	-€ 45	-€ 55
btw-inkomsten 2023 (13% btw)	€ 27	€ 157	€ 184
btw-inkomsten na btw-verhoging (13% btw)	€ 25	€ 151	€ 177
Effect op btw inkomsten eten en drinken hotelsector	-€ 1	-€ 6	-€ 7
Effecten omzet uit kleine operationele afdelingen en overige activiteiten	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
% omzet uit kleine operationele afdelingen en overige	8,0%	7,0%	7,3%
Waarvan afhankelijk van hotelovernachtingen	4,5%	4,0%	4,1%
Omzet 2023	€ 92	€ 225	€ 317
Omzet kleine operationele afdelingen en overig na btw-verhoging	€ 88	€ 221	€ 309
Impact op omzet kleine operationele afdelingen en overig hotelsector	-€ 4	-€ 4	-€ 8
btw-inkomsten 2023 (21% btw)	€ 19	€ 47	€ 67
btw-inkomsten na btw-verhoging (21% btw)	€ 18	€ 46	€ 65
Effect op btw inkomsten overige hotelactiviteiten	-€ 1	-€ 1	-€ 2
Totale effect hotelsector	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Impact op omzet hotelsector (excl. btw)	-€ 120	-€ 222	-€ 342
Impact op btw-inkomsten	€ 152	€ 295	€ 447

De totale omzet van de hotelsector zal met circa €342 miljoen dalen als gevolg van de btw-verhoging van 9% naar 21% en een doorrekening van 75% in de prijs. Dat is

²⁹ CBS Statline (2022), bijschatting 2023 o.b.v. ontwikkeling logiesector.

een daling van circa 5 procent van de totale omzet van de sector. De maatregel leidt tot €447 miljoen aan extra btw-afdrachten van de hotelsector aan de overheid. Daarbij is nog geen rekening gehouden met zakelijke gasten die deze btw-kunnen terugvragen.

4.2.3 Effecten op kosten, winsten en werkgelegenheid in de hotelmarkt

Wanneer het aantal gasten en de omzet uit het restaurant veranderen, wijzigen ook de kosten en de inzet van benodigd personeel. Dit gebeurt niet evenredig: een hotel hoeft minder in te kopen en kan mogelijk met minder personeel uit de voeten voor schoonmaak, opmaak van kamers, ontbijt, etc. Maar een groot deel van de kosten betreft ook vaste lasten: onderhoud, hypotheeklasten, gas-water-licht, boekhouding, bezetting receptie, zijn allemaal kosten die (deels) overeind blijven als aantallen gasten teruglopen.

Gemiddeld heeft een hotel een winstmarge voor belastingen van circa 9,6 procent (zie hoofdstuk 3). In Amsterdam waarschijnlijk net boven de 10 procent en in de rest van Nederland net boven de 8 procent (dit onderscheid maken we niet in de berekening).

Kosten boekingswebsites

Boekingswebsites rekenen een fee over de kamerprijs inclusief btw. Een btw-verhoging zorgt daarmee ook voor hogere afdrachten van hotels aan boekingssites en verlaagt nog een keer de marge voor een hotel. Omdat boekingssites internationaal opereren en in ieder land een fee over de prijs inclusief btw rekenen, geven hoteliers aan dat het lastig is om andere afspraken te maken en de fee afhankelijk te maken van de prijs exclusief btw die voor de hotelier overblijft.

55% van de kosten van een hotel zijn vaste kosten, 45% is variabel³⁰. De hotelomzet daalt met 4,5% door de btw-verhoging, deels door de kamerprijsverlaging die ten koste gaat van de marge³¹ en deels door de vraaguitval van 3,2%. De variabele kosten dalen met de vraaguitval, de vaste kosten blijven gelijk. Hierdoor leidt een omzetsdaling van 4,5 procent tot een winstdaling van bijna 35%. De winstmarge daalt van een gezonde 10 procent, naar minder dan 7 procent. De impact is groter op hotels in Amsterdam omdat zij een groter deel van hun omzet uit kamers halen en minder uit restaurants.

³⁰ FirmFocus (2020).

³¹ In deze berekening gaan we ervan uit dat er niet gesneden wordt in het serviceniveau van een hotel, of omzet van restaurant of services strategisch anders geprijsd gaat worden. Een prijsverlaging gaat dus ten koste van de marge. Wanneer hotels strategisch anders gaan prijzen, heeft dat niet alleen impact op de winsten en winstbelasting, maar ook op de btw-opbrengsten.

Tabel 4.4 Impact van btw verhoging op kosten, winsten en winstbelasting

	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Omzet (excl. btw) 2023	€ 2.040	€ 5.628	€ 7.667
Kosten 2023	€ 1.844	€ 5.088	€ 6.931
Waarvan vast	€ 1.014	€ 2.798	€ 3.812
Waarvan variabel	€ 830	€ 2.289	€ 3.119
Winst voor belasting 2023	€ 196	€ 540	€ 736
Omzet (na btw verhoging)	€ 1.919	€ 5.406	€ 7.326
Kosten	€ 1.809	€ 5.025	€ 6.834
Waarvan vast	€ 1.014	€ 2.798	€ 3.812
Waarvan variabel	€ 795	€ 2.227	€ 3.022
Winst voor belasting na btw-verhoging	€ 110	€ 382	€ 492
Winstbelasting 2023	€ 44	€ 122	€ 166
Winstbelasting na btw verhoging	€ 25	€ 86	€ 111
Impact op winstbelasting	-€ 19	-€ 36	-€ 55

Uitgaande van een gemiddelde van een zeer voorzichtige schatting³² van 22,5% winstbelasting, dalen de belastinginkomsten uit de winstbelasting met 55 miljoen euro.

Net als voor de totale kosten, geldt ook dat het personeel voor ongeveer de helft vast (minimale bezetting receptie, ontbijt, restaurant, etc.) en de helft variabel (bv. deel kamerschoonmaak, keukens en bediening) is. In dit geval zou de werkgelegenheid binnen de hotelsector met circa 1,5% afnemen. Dit staat gelijk iets minder dan 1.000 FTE verdeeld over 1.500 banen. De toegevoegde waarde van de hotelsector daalt met circa 280 miljoen euro³³ (bestaande uit circa 240 miljoen euro winstdaling (voor belastingen) en 40 miljoen euro minder personeelskosten).

Risico op faillissementen

De berekeningen zijn gemaakt voor het gemiddelde hotel. De marges van hotels staan echter onder druk en zijn de afgelopen jaren gedaald door kostenstijgingen (lonen, inkoop, onderhoud, energie en vaak ook lokale belastingen zijn sterker gestegen dan de omzet). Voor ondernemers met lage marges betekent de btw-verhoging een reëel risico op faillissement. Zij houden immers geen marge meer over na de verhoging. We hebben geen exacte getallen over hoeveel ondernemers het gaat, alleen indicaties dat juist in het goedkopere hotelsegment de marges lager liggen én dat dit ook het segment is dat het hardst geraakt wordt omdat er geen zakelijke gasten overnachten die btw terug kunnen vragen.

³² Gebaseerd op de gemiddelde vennootschapsbelasting. Hoteleigenaren die als eenmanszaak zijn geregistreerd, of wanneer ze via hun BV dividend laten uitkeren in Nederland, betalen een hoger marginaal tarief.

³³ Dit betreft de toegevoegde waarde in 'basisprijzen'. In marktprijzen stijgt de toegevoegde waarde van de sector: de btw-afdrachten worden er dan bij opgeteld.

4.2.4 Effecten verhoging op belastinginkomsten

In deze paragraaf beschouwen we de impact op de totale belastingafdrachten van de hotelsector. Voor de btw-afdracht vanuit de hotelsector is een aantal elementen van belang. De btw-verhoging is alleen van toepassing op de kamerprijs. Op dat deel van de omzet nemen de btw-inkomsten toe. Door vraaguitval dalen de btw-afdrachten (ook over het deel dat niet geraakt wordt door de btw-verhoging). In zijn totaliteit draagt de hotelsector 447 mln. euro extra btw af aan de belastingdienst.

Daarnaast speelt dat voor zakelijke overnachtingen geldt dat hotelgasten de btw terug kunnen vragen. Voor deze groep gasten is er netto dus geen effect op de btw-inkomsten. De extra btw op zakelijke overnachtingen bedraagt 138 miljoen euro. Netto draagt de hotelsector dus 309 mln. euro extra af aan de belastingdienst als gevolg van de btw-verhoging.

Tot slot dalen de winsten van hotels door de btw-verhoging. Hierdoor daalt de winstbelasting van de hotelsector met 55 mln. euro. Daarmee draagt de hotelsector uiteindelijk 254 mln. euro extra af aan de belastingdienst.

Tabel 4.5: Verandering inkomsten overheid hotelsector. Bedragen in miljoenen

Belastingen Rijk hotels	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
btw-inkomsten hotels 2023	€ 178	€ 458	€ 636
btw-inkomsten hotels na btw-verhoging	€ 330	€ 753	€ 1.082
Verandering btw-inkomsten	€ 152	€ 295	€ 447
btw-teruggaaf zakelijke overnachters 2023	€ 31	€ 146	€ 177
btw-teruggaaf zakelijke overnachters na btw-verhoging	€ 61	€ 254	€ 315
Netto btw-afdrachten hotels 2023	€ 147	€ 312	€ 459
Netto btw-afdrachten hotels na btw-verhoging	€ 269	€ 499	€ 768
Verandering netto btw-afdrachten	€ 122	€ 187	€ 309
Winstbelasting 2023	€ 44	€ 122	€ 166
Winstbelasting na btw-verhoging	€ 25	€ 86	€ 111
Verandering winstbelasting	-€ 19	-€ 36	-€ 55
Totale verandering inkomsten Rijksoverheid	€ 102	€ 151	€ 254

Een recente raming door de rijksoverheid ging uit van 364 miljoen euro aan extra inkomsten voor het Rijk door de btw-verhoging op hotels en pensions. De bovenstaande berekening laat zien dat dat een overschatting is. Daarvoor zijn drie oorzaken aan te wijzen: 1) een deel van de omzet wordt niet geraakt door de btw-verhoging, 2) de zakelijke overnachters vragen de btw-terug én 3) de winstbelasting daalt.

Dan is daarbij nog niet meegenomen dat ook buitenlandse bestedingen teruglopen in andere sectoren, door de vraaguitval. Het effect daarvan werken we in de volgende paragraaf uit.

Toeristenbelasting

Op regionaal niveau leidt de afname van het aantal overnachtingen tot een verandering in de inkomsten uit de toeristenbelasting. Deze belasting verschilt echter per gemeente³⁴. Gemiddeld betaalt een toerist per nacht 3 euro in Nederland. In Amsterdam is dit bedrag het hoogst: 17 euro per nacht bij hotels, in de rest van Nederland is dit gemiddeld 2 euro. Ook in andere Nederlandse steden zijn de bedragen per nacht relatief hoog. Er zijn echter gemeenten waar dit bedrag aanzienlijk lager ligt, minder dan een euro per nacht, zoals in de gemeenten Barendrecht en Renswoude (0,75 euro per nacht). Uiteindelijk verwachten we een daling van de gemeentelijke belastinginkomsten met € 21 mln.

Tabel 4.6: Impact op toeristenbelasting

Toeristenbelasting	Amsterdam	Rest Nederland	Totaal
Impact op aantal overnachtingen (x1000)	-1.022	-1.630	-2.652
Bedrag toeristenbelasting per nacht	€ 17,0	€ 2,0	
Afgedragen toeristenbelasting (mln. €)	-€ 17	-€ 3	-€ 21

4.3 Effecten regionale toeristische economie

De verhoging van de btw voor de hotelsector raakt niet alleen de hotels, maar ook aanpalende toeristische sectoren. Toeristen die wegblijven geven ook geen geld meer uit bij restaurants, detailhandel, attracties en musea tijdens hun vakantie of weekend/dag weg. En de toeristische sector koopt ook minder goederen en diensten in bij toeleveranciers. Met name voor regio's die sterk van toerisme afhankelijk zijn, heeft dat impact. Iedere overnachting leidt gemiddeld tot 53 euro aan bestedingen buiten het hotel³⁵.

In totaal schatten we in dat de btw-verhoging tot ongeveer **118 miljoen euro** minder aan bestedingen leidt buiten de hotels. Dit leidt tot **16 miljoen euro** minder aan btw-inkomsten vanuit de toeristische sector. De totale uitgaven tijdens vakanties dalen met **167 miljoen euro**, waarvan bijna 100 miljoen euro een verlies aan buitenlandse bestedingen is. Dit geven we weer in onderstaande tabel.

³⁴Atlas Lokale lasten (2024). COELO, Groningen

³⁵ Zie hoofdstuk 3. Daarbij is gecorrigeerd voor bestedingen in het restaurant van het hotel.

Tabel 4.7: Verandering bestedingen en btw-inkomsten overige toeristische sectoren.

Impact op totale uitgaven in Nederland Impact van btw-verhoging van 9 naar 21 %	Binnenlandse toeristen		Buitenlandse toeristen		Totaal
	Niet-zakelijk	Zakelijk	Niet-zakelijk	Zakelijk	
Bestedingen in hotelsector (excl. btw)	-€ 157	€ 1	-€ 186	€ 0	-€ 342
Bestedingen in overige toeristische sectoren tijdens vakantie/reis (excl. btw)	-€ 50	€ 5	-€ 78	€ 5	-€ 118
btw-bestedingen hotel	€ 135	€ 0	€ 174	€ 0	€ 309
btw-bestedingen overige sectoren tijdens vakantie/reis	-€ 6	€ 0	-€ 10	€ 0	-€ 16
Som uitgaven tijdens vakantie	-€ 79	€ 6	-€ 99	€ 5	-€ 167

Impact op toegevoegde waarde en werkgelegenheid buiten de hotelsector

De afname van bestedingen aan de 'overige toeristische sectoren' tijdens een vakantie, leidt tot een verdere daling van de toegevoegde waarde en werkgelegenheid binnen de toeristische sector. Het gaat dan om sectoren, zoals vervoer, eten en drinken, en recreatieve uitjes (musea, pretparken, activiteiten, etc.). De toegevoegde waarde in deze sectoren daalt met circa 50 miljoen euro en afname van de werkgelegenheid, met ruim 750 voltijdsbanen (FTE). Het zijn vooral de toeristische regio's waar deze impact plaats zal vinden.

Tabel 4.8: Verandering toegevoegde waarde en werkgelegenheid toeristische sectoren

Impact	Totaal
Bestedingen toeristische sectoren	- € 118 mln.
Toegevoegde waarde	-€ 48 mln.
Werkgelegenheid (FTE)	-750

Indirecte impact

We hebben ook gekeken naar de indirecte economische effecten die voortvloeien uit de veranderde bestedingen. Denk hierbij aan bijkomende inkoopkosten van bedrijven in de sector. Als hotels minder omzet draaien, zullen ze ook minder inkopen bij toeleveranciers. Hetzelfde geldt voor de overige toeristische sectoren waar gasten geen geld meer uitgeven. Toeleveranciers van de toeristische sectoren zullen naar verwachting € 150 miljoen aan omzet mislopen door de daling van het toerisme. Dat gaat gepaard met een toegevoegde waarde van ruim € 80 miljoen en 700 voltijdsbanen.

Tabel 4.9: Verandering indirecte impact toeristische sectoren

Indirecte impact	Totaal
Omzet toeleveranciers hotels + overige toeristische sector	-€ 150
Toegevoegde waarde	-€ 82
Werkgelegenheid (FTE)	-700

Bovenstaande effecten zijn geschat op basis van een door Decisio ontwikkeld input-output model gebaseerd op CBS-statistieken. Deze impact is op nationaal niveau berekend. De verwachting is dat circa de helft tot driekwart van deze impact neerslaat in de regio waar de hotels gelegen zijn.

Uiteindelijk betekent dat dat voor iedere euro die een hotel misloopt door de btw-verhoging er daarnaast direct 35 cent minder wordt uitgegeven door hotelgasten in de regio en indirect ook nog eens 20 tot 35 cent doordat hotels en andere toeristische bedrijven minder inkopen in de regio. Iedere euro die het hotel misloopt, kost de regio dus circa 60 cent aan omzet buiten het hotel.

De regio's waar toerisme wegblijft, lopen dus bovenop de 340 miljoen euro aan omzet van hotels nog eens 220 miljoen inkomsten mis bij de overige regionale bedrijvigheid.

4.4 Effecten op de Nederlandse economie

In de voorgaande paragrafen zijn de effecten beschreven voor de toeristische sector. In deze paragraaf bekijken we ook wat de effecten zijn als de rekening houden met substitutie van bestedingen door toeristen en vatten we de economische effecten samen.

4.4.1 Effecten als gevolg van substitutie

Een prijsverhoging, bijvoorbeeld door een btw-verhoging, leidt in veel sectoren vooral tot een verschuiving van (binnenlandse) bestedingen. Wanneer de uitgaven in de ene sector toe- of afnemen, veranderen deze in tegenovergestelde richting in andere sectoren. Voor de hotelsector spelen daarbij twee effecten: door de btw-stijging geven mensen die blijven overnachten meer geld uit aan hun hotelovernachting en dus minder aan andere sectoren. Degenen die besluiten niet meer te overnachten, houden geld van hun vakantie over en geven dus juist uit aan producten en diensten in andere sectoren. Nederlanders geven de **79 miljoen** euro die ze besparen aan binnenlandse vakanties in hotels uit aan andere zaken. Dit leidt tot circa **69 miljoen euro** aan inkomsten voor andere sectoren en **10 miljoen euro** aan btw-inkomsten. Buitenlandse toeristen geven het geld dat ze besparen

aan vakanties in Nederland in het buitenland uit. Dit komt dus niet op een andere wijze in de Nederlandse economie terecht.

Tabel 4.10: Uitgaven aan andere sectoren als gevolg van substitutie-effecten.

Bedragen in miljoenen.

Impact op totale uitgaven in Nederland Impact van btw-verhoging van 9 naar 21 %	Binnenlandse toeristen		Buitenlandse toeristen		Totaal
	Niet-zakelijk	Zakelijk	Niet-zakelijk	Zakelijk	
Verandering uitgaven tijdens vakantie	-€ 79	€ 6	-€ 99	€ 5	-€ 167
Substitutie bestedingen elders in Nederland	€ 62	€ 6	€ 0	€ 0	€ 69
btw over bestedingen elders in Nederland	€ 10	€ 0	€ 0	€ 0	€ 10

4.4.2 Effecten op de totale economie

De verhoging van het btw-tarief heeft uiteindelijk effect op de Nederlandse economie in de breedte. Onderstaande tabel geeft de economische belangrijkste effecten weer die voortkomen uit de verandering in bestedingen als gevolg van de btw-verhoging.

Tabel 4.11: Verandering bestedingen en belastinginkomsten als gevolg van btw-verhoging hotelsector. Bedragen in miljoenen.

Impact	Nederland
Impact op omzet hotelsector (excl. btw)	-€ 342
Impact op overige toeristische sectoren tijdens vakantie/reis (excl. btw)	-€ 118
Substitutie bestedingen elders in Nederland (excl. btw)	€ 69
Totale impact omzet Nederlandse bedrijven	-€ 391
Impact op btw-inkomsten hotelsector (incl. teruggaaf zakelijke reizigers)	€ 309
Impact op btw-inkomsten overige toeristische sectoren	-€ 16
Impact op btw-inkomsten als gevolg van substitutie	€ 10
Impact op winstbelasting hotels	-€ 55
Impact op toeristenbelasting hotels	-€ 21
Totale verandering belastinginkomsten	€ 228

De analyse laat zien dat de omzet van het Nederlandse bedrijfsleven met 391 miljoen euro daalt, om 228 miljoen euro aan extra belastinginkomsten op te halen.

De afname van de bovenstaande bestedingen leidt (direct)³⁶ tot veranderingen in de toegevoegde waarde en werkgelegenheid binnen deze hotelsector en andere sectoren. Dit is weergegeven in onderstaande tabel:

Tabel 4.12: Verandering toegevoegde waarde en werkgelegenheid als gevolg van btw-verhoging hotelsector.

Impact	Nederland
Verandering toegevoegde waarde hotelsector	-€ 281
Verandering werkgelegenheid hotelsector(FTE)	-950
Verandering toegevoegde waarde overige toeristische sectoren	-€ 48
Verandering werkgelegenheid overige toeristische sectoren (FTE)	-750
Verandering toegevoegde waarde overige sectoren als gevolg van substitutie	22
Verandering werkgelegenheid overige sectoren als gevolg van substitutie (FTE)	210
Verandering toegevoegde waarde (in basisprijzen)³⁷ Nederlandse bedrijven totaal	-€ 307
Verandering werkgelegenheid bij Nederlandse bedrijven totaal (FTE)	-1.490

De bovenstaande tabel illustreert de impact van de btw-verhoging op zowel de toegevoegde waarde als de werkgelegenheid die bedrijven genereren. De totale impact bedraagt ruim € 300 miljoen aan toegevoegde waarde en een verlies van 1.500 voltijdsbanen (FTE) doordat Nederlandse en buitenlandse toeristen minder uitgeven aan het Nederlandse bedrijfsleven³⁸.

³⁶ De indirecte impact bij toeleveranciers van de toeristische sector hebben we in dit overzicht niet meegenomen. De verwachting is dat dit vooral regionale effecten zijn, dit op nationaal niveau een beperkte impact hebben. Bijvoorbeeld: als een bakker geen brood levert aan een hotel, koopt iemand thuis dat brood. Op nationaal niveau zijn dat vooral verschuivingen van effecten. Dat neemt niet weg dat ze voor regio's weldegelijk van belang kunnen zijn.

³⁷ Basisprijzen zijn de prijzen exclusief te productgebonden belastingen, zoals btw en de toeristenbelasting. In marktprijzen waarbij positieve effecten op de belastingen meegenomen worden is de impact circa 25 miljoen euro negatief.

³⁸ Hier zitten niet de effecten in dat overheden de opgehaalde belastingen weer kunnen investeren in de Nederlandse economie.

4.4.3 Lange termijn effecten

De bovenstaande tabel laat vooral de korte termijn effecten zien. Op langere termijn zal er een evenwicht op de arbeidsmarkt komen. Mensen die niet langer in de horeca werken gaan ander werk vervullen, waarmee zij ook bij zullen dragen aan de Nederlandse economie. Echter: wel met minder plezier en/of minder productief dan in de toeristische sector. Anders had men immers nu ook al voor een ander beroep gekozen. Daarnaast is het effect op de handelsbalans ook structureel: toerisme is een sector die bovengemiddeld veel buitenlandse bestedingen uitlokt. Daarmee is het de verwachting dat ook op lange termijn er een netto welvaartseffect is van het verlies aan toeristische bestedingen.

We verwachten een welvaartsverlies van 5 tot 10 procent³⁹ van de bestedingen van buitenlandse toeristen die niet langer naar Nederland gaan. Dat leidt netto tot een structureel verlies van 5 tot 10 miljoen euro per jaar.

Wanneer het nieuwe belastingstelsel aanzienlijk eenvoudiger zou worden en daarmee leiden tot lagere administratieve lasten voor ondernemers of uitvoeringslasten voor de overheid, kan een dergelijk verlies gecompenseerd worden. Dat lijkt hier niet het geval. Sterker: binnen de hotelsector zien we eerder de complexiteit toenemen. De btw-verhoging leidt dus tot prijsverhogingen voor een sector die internationaal moet concurreren en veel buitenlandse bestedingen aantrekt en er staat geen eenvoudiger belastingstelsel of ander voordeel tegenover.

4.4.4 Maatschappelijke impacts

Zoals al een aantal keer aangestipt zijn hotels er in vele soorten en maten. En ook het belang van een hotel voor een regio kan verschillen. In sommige kernen kan het hotel ook het enige restaurant zijn, of de locatie voor feesten en partijen, en daarmee een belangrijke functie vervullen. Als een dergelijke functie wegvalt, heeft dat impact op de totale leefbaarheid van een dorp.

Het goedkopere segment zoals de hostels, speelt een belangrijke rol voor schoolreizen, familie-uitjes of uitjes van sportverenigingen. Deze vervullen dus op zich een maatschappelijke functie. Ook worden hostels nabij dorpen gebruikt als vergaderlocatie voor gemeenradspartijen of verenigingen. Deze maatschappelijke functies komen onder druk te staan wanneer gasten vertrekken.

Met name in de grensregio's is het risico groot. Voor grote groepen – zoals schoolreizen – is een locatie vlak over de grens immers niet veel duurder qua

³⁹ Decisio (2023). Netto bestedingseffecten van luchtreizigers. In opdracht van Ministerie van IenW.

reiskosten en scheelt de btw circa 15 procent op de overnachtingsprijs. De daadwerkelijke impact laat zich nu nog niet goed bepalen: de groepsboekingen voor volgend jaar (het eerste jaar waarin de btw-verhoging in gaat) worden pas net gemaakt en effecten op boekingsgedrag zijn daardoor nog niet zichtbaar. De btw-verhoging stelt hotels met veel groepsboekingen nu al het dilemma welke prijs ze voor volgend jaar moeten vragen. Waar de meeste individuele boekingen meestal enkele weken tot dagen van tevoren worden gemaakt en 'de markt' op dat moment de prijs bepaalt, worden groepsboekingen al ver van tevoren gemaakt en moeten hotels nu al rekening houden met het btw-tarief dat in 2026 naar verwachting omhoog gaat.

En naast deze directe maatschappelijke belangen geldt ook het indirecte belang dat samenhangt met het directe economische belang. Regio's die sterk van toerisme afhankelijk zijn worden in brede zin minder aantrekkelijk als er minder toeristen komen voor alle soorten bedrijven. Wanneer regionale werkgelegenheid afneemt, komt ook het totale voorzieningenniveau van scholen, winkels, huisartsen, etc. onder druk te staan. Er moeten immers voldoende mensen in de regio blijven om deze in stand te houden en toeristen dragen met hun bestedingen ook direct bij aan het in stand houden van het voorzieningenniveau. Ook hier is het risico vooral groot voor de regio's dicht bij de grens met een relatief grote afhankelijkheid van niet-zakelijk toerisme.

Wat zegt de sector? Zorgpunt 3: Sociale- en werkgelegenheidsgevolgen

De btw-verhoging zal disproportioneel budgetbewuste reizigers treffen, waaronder gezinnen, studenten, sport- en schoolgroepen en lagere inkomensgroepen, die mogelijk worden uitgeweken naar België en Duitsland, waar accommodatie betaalbaarder blijft. Een extra uur in de bus voor een besparing van 10% op overnachtingskosten, wordt steeds meer gezien als een haalbare optie. Deze vermindering van binnenlands toerisme zal de lokale economieën die afhankelijk zijn van bezoekersuitgaven aanzienlijk beïnvloeden, vooral in kleinere steden en regionale knooppunten waar toerisme de ruggengraat vormt van economische activiteit. Een Deloitte-enquête geeft aan dat de meeste hoteliers krimpende winstmarges verwachten, wat investeringen in duurzaamheid, digitalisering en modernisering zal beperken. Terwijl deze investeringen cruciaal zijn voor de concurrentiekracht van de sector.

Het domino-effect op werkgelegenheid kan significant zijn, vooral in landelijke en grensregio's, waar een groot percentage van de banen direct of indirect verbonden is met de horecasector. Hotels, pensions en vakantieparken fungeren als werkgelegenheidsankers, die niet alleen hun eigen personeel ondersteunen, maar ook een netwerk van restaurants, culturele attracties en vervoersdiensten. Naarmate bedrijven worstelen met hogere kosten en lagere bezettingsgraden, zijn personeelsreducties onvermijdelijk, wat werkloosheid en economische achteruitgang verergert.

Naast haar economische rol is de horeca belangrijk voor de sociale cohesie in kleine steden. Lokale accommodaties bieden infrastructuur voor dorpsfeesten, voetbal- en wielervedstrijden en culturele evenementen. Grote evenementen hebben hotels en pensions

nodig om organisatoren, entertainers, deelnemers en bezoekers te huisvesten. De btw-verhoging bedreigt de levensvatbaarheid daarvan en zorgt daarmee voor een verzwakking van sociale cohesie en gemeenschappelijk ondernemerschap.

Een voorbeeld is een Grand Café in een kleine stad, dat ook een paar gastenkamers verhuurt om tot een rendabele bedrijfsvoering te komen. Als dit niet langer winstgevend is onder het nieuwe btw-tarief en tot sluiting leidt, leidt dit niet alleen tot baanverlies, maar verstoort het ook langdurige gemeenschappelijke tradities, zoals de zondagochtend koffiebijeenkomsten van een lokale wandelclub. Dergelijke veranderingen, hoewel aanvankelijk subtiel, hebben op lange termijn effecten waardoor dorpen en kleine steden minder levendig en minder veerkrachtig worden.

Bovendien zal de afname van de horeca doorwerken in de detailhandel, culturele locaties en openbare ruimtes, wat leidt tot een bredere economische stagnatie. Onafhankelijke winkels, musea en lokale attracties vertrouwen op de koopkracht van bezoekers – een daling van het toerisme zal bedrijfsbeëindigingen en waardevermindering van eigendommen versnellen, waardoor het nog moeilijker wordt voor kleine gemeenschappen om investeringen en economische vernieuwing aan te trekken.

De btw-verhoging bedreigt niet alleen de financiële duurzaamheid van bedrijven, maar ook het culturele en sociale weefsel van de dorpen en kleine steden in Nederland. Zonder zorgvuldig beleidsingrijpen kan dit leiden tot onomkeerbare schade, wat de zorgen verder versterkt over Zorgen van de hotelsector 2: marktverstoring en concurrentienadeel.

Bron: analyse CELTH o.b.v. interviewronde hoteliers, banken, investeerders en vastgoedontwikkelaars

4.5 Gevoeligheidsanalyses

Om de robuustheid en betrouwbaarheid van de resultaten te beoordelen, voeren we enkele gevoeligheidsanalyses uit waarbij we alternatieve aannames hanteren. We bekijken de uitkomsten wanneer 100% van de btw-verhoging wordt doorgerekend in de prijs en wanneer 0% wordt doorgerekend. Ook hebben we een analyse uitgevoerd met lagere prijselasticiteiten (-0,5 voor niet-zakelijke overnachters en -0,3 voor zakelijke overnachters) en hogere prijselasticiteiten (-1⁴⁰ voor niet-zakelijke overnachters en -0,7 voor zakelijke overnachters). In onderstaande tabellen presenteren we de resultaten van deze analyses.

⁴⁰ In het Franse onderzoek 'Etude d'impact – Hasse de TVA dans 'hôtellerie-restauration door Xerfi (2024) wordt de prijselasticiteit in de hotelsector -1,0 ingeschat.

Tabel 4.13: Uitkomsten gevoeligheidsanalyse: 100% en 0% doorrekening in de prijs.

Verandering	Basis (75% doorrekening)	100% doorrekening	0% doorrekening
Omzet hotelsector (excl. btw)	-€ 342	-€ 359	-€ 313
Omzet overige toeristische sector (excl. btw)	-€ 118	-€ 171	€ 42
Bestedingen (substitutie) bij overige Nederlandse sectoren	€ 69	€ 86	€ 22
Btw-inkomsten	€ 309	€ 307	€ 310
Winstbelasting	-€ 55	-€ 48	-€ 81

Tabel 4.14: Gevoeligheidsanalyse: lagere (-0,5 voor niet-zakelijk en -0,3 voor zakelijk) en hogere (-1 voor niet zakelijk en -0,7 voor zakelijk) prijselasticiteit.

Verandering	Basis (elasticiteit -0,75 niet zakelijk en -0,6 zakelijk)	Elasticiteit van -0,5 niet-zakelijk, en -0,3 zakelijk	Elasticiteit van -1 niet zakelijk en -0,7 zakelijk
Omzet hotelsector (excl. btw)	-€ 342	-€ 268	-€ 425
Omzet overige toeristische sector (excl. btw)	-€ 118	-€ 80	-€ 159
Bestedingen (substitutie) bij overige Nederlandse sectoren	€ 69	€ 2	€ 128
Verandering btw-inkomsten	€ 309	€ 326	€ 292
Winstbelasting	-€ 55	-€ 51	-€ 66

Hoewel de resultaten variëren door verschillende uitgangspunten, kunnen de uitkomsten van de basisanalyse robuust worden genoemd. De gevoeligheidsanalyses leiden tot tientallen miljoenen euro's verschil in omzet en/of belastinginkomsten vergeleken met de basisanalyse.

4.5.1 Voorbeeldhotels (alleen voor impact op hotel zelf)

De impact van de btw-verhoging verschilt per type hotel. Voor sommige hotels zal de verandering van de omzet en winstmarge minimaal zijn terwijl voor andere hotels dit van invloed kan zijn op het voortbestaan ervan. Hieronder beschrijven we voor verschillende twee 'voorbeeldhotels' de mogelijke impact van de btw-verhoging op de financiële situatie van het hotel.

Een goedlopend **luxe hotel in de Randstad**, heeft een kamerprijs van meer dan 200 euro per nacht en wordt bezocht door relatief veel zakelijke toeristen en toeristen met een omvangrijk budget. Dit type hotel genereert een aanzienlijke omzet, heeft een relatief hoge winstmarge (>10 procent) en kent een lage prijsgevoeligheid. De verwachte impact van de btw-verhoging op een dergelijk hotel is daarom beperkt. Doordat de btw-stijging in de prijs is doorberekend, kan de prijs per overnachting voor zakelijke reizigers zelfs lager uitvallen. Dit kan leiden tot een hoger aantal overnachtingen. Verder zullen toeristen met een groter budget minder snel hun gedrag aanpassen vanwege een prijsstijging. Hierdoor blijft de financiële situatie van dit type hotel robuust ondanks de btw-verhoging.

Een **tweesterrenhotel in een grensregio** heeft een kamerprijs van minder dan 100 euro per nacht en wordt bezocht door toeristen met een relatief beperkt budget. Dit type hotel genereert een bescheiden omzet, heeft een relatief lage winstmarge (<10 procent) en kent een hogere prijsgevoeligheid. Er zijn weinig tot geen zakelijke gasten die de btw terug kunnen vragen. De verwachte impact van de btw-verhoging op een dergelijk hotel is daarom naar verwachting aanzienlijk. De toename in de prijs per overnachting leidt naar verwachting tot een lager aantal boekingen. Toeristen met een kleiner budget zullen sneller hun gedrag aanpassen vanwege een prijsstijging. Deze toeristen zullen naar verwachting sneller kiezen voor een overnachting over de Duitse grens. Hierdoor kan de financiële situatie van dit type hotel onder druk komen te staan door de btw-verhoging. De winstmarges zullen verkleinen en in enkele gevallen zal zelfs sprake zijn van bedrijfsbeëindiging.

Coronaschulden

Een deel van de hotels heeft nog een openstaande coronaschuld. Deze financiële druk maakt deze hotels extra kwetsbaar, zeker wanneer de kosten in de sector stijgen. De aangekondigde btw-verhoging kan voor deze hotels het kantelpunt betekenen tussen voortbestaan en sluiting. Waar financieel gezonde hotels zich kunnen aanpassen, hebben de zwaarst getroffen bedrijven weinig ruimte om prijsstijgingen door te berekenen.

Indicatief hebben we de effecten voor de twee voorbeeldhotels doorgerekend. Het gaat om een globale schets van het verschil in impact. In praktijk is het spectrum

aan hotels veel breder, met aan beide kanten van het spectrum uitschieters en nog veel er tussenin.

Tabel 4.15: Impact btw-verhoging op twee 'voorbeeldhotels'.

Impact op voorbeeldhotels	Budgethotel in grensregio	Luxe hotel met restaurant in de Randstad
Eigenschappen		
Prijselasticiteit	-1	-0,5
Aantal kamers	150	150
Kamerprijs (€)	100	200
Omzet uit kamers	72%	50%
Aandeel zakelijke gasten	17%	32%
Bezettingsgraad (voor btw verhoging)	65%	80%
Winstmarge voor btw	8%	12%
Effecten btw-verhoging		
Omzet mln. € excl. btw (bij 9% btw)	€ 4,9	€ 17,5
Omzet mln. € excl. btw (bij 21% btw)	€ 4,6	€ 17,0
Winst voor belastingen bij 9% btw	€ 0,4	€ 2,1
Winst voor belastingen bij 21% btw	€ 0,1	€ 1,7

De bovenstaande analyse maakt duidelijk dat beide hotels impact ondervinden. Maar waar bij het ene hotel de winst met 20 procent daalt, maar er nog wel een gezonde winstmarge van 10 procent overblijft, daalt de winst bij het andere hotel met 70-80 procent en zakt de marge onder de 3 procent. Er is dan geen sprake meer van een gezond rendement: de levensvatbaarheid komt onder druk te staan en er is dan geen ruimte meer voor investeringen.

5. Conclusies

Uit ons onderzoek naar de impact van de btw-verhoging zijn de volgende conclusies naar voren gekomen:

1. De btw-verhoging levert het Rijk naar verwachting minder op dan begroot. Waar het Rijk uitging van naar schatting 364 miljoen euro aan belastingopbrengsten vanuit de hotelbranche door de btw-verhoging, blijft dit in onze analyse beperkt circa 250 miljoen euro. Daarbij hanteren we dezelfde aannames voor de prijselasticiteit en doorrekening naar de gast als het Rijk heeft gehanteerd. We hebben geen detailuitsplitsing van de opbouw van de btw-doorrekening van het Rijk, maar we verwachten dat het verschil vooral komt door:
 - a. De btw-verhoging is alleen van toepassing op het deel kamerprijs en niet de overige inkomsten van het hotel.
 - b. Zakelijke gasten vorderen hun btw terug.
 - c. De winstbelasting neemt af, doordat marges van hotels dalen.
2. Om deze 250 miljoen euro aan belasting op te halen, loopt het Nederlandse bedrijfsleven circa 400 miljoen euro aan omzet mis. De omzet van hotels daalt met 340 miljoen euro, die van overige toeristische bedrijven met 120 miljoen euro. Daar staat 60 miljoen tegenover van Nederlandse toeristen die hun geld niet meer op vakantie aan een hotel, maar elders in Nederland uitgeven. Ook lopen de Nederlandse gemeenten 20 miljoen euro aan toeristenbelasting mis.
3. Belangrijk is dat de btw-verhoging leidt tot minder bestedingen door buitenlandse toeristen. Nederlandse toeristen die niet langer in een hotel overnachten, geven hun geld grotendeels uit aan iets anders in Nederland. Buitenlandse toeristen geven hun geld niet meer uit in Nederland. We verwachten dat de bestedingen in Nederland met bijna 100 miljoen euro per jaar dalen, doordat buitenlandse toeristen wegblijven als gevolg van de prijsverhoging.
4. De btw-verhoging raakt niet alle hotels even hard. Het 4- en 5-sterrensegment in de grote steden met een groot aandeel zakelijke gasten, wordt minder hard geraakt dan het budgetsegment met veel toeristische gasten. Het budgetsegment vervult bovendien ook een belangrijke functie voor schoolreizen en verenigingen. Voor een grote groep wordt het aantrekkelijker om met de bus een uurtje verder te rijden, als de overnachting daar aanzienlijk goedkoper is. Of er wordt besloten om niet of minder lang te overnachten om binnen budget te blijven.

5. We verwachten dat de impact in de grensregio's en buiten de grote steden het grootst is. Buiten de grote steden is het aandeel zakelijk toerisme laag en in de grensregio's is er meer concurrentie van buitenlandse hotels die een lager btw-tarief kennen. Het btw-tarief van 9% ligt al boven dat van België en Duitsland. Met een tarief van 21% worden de verschillen nog groter.
6. Als hotels niet in hun kosten snijden, is de verwachting dat de winsten van hotels gemiddeld met 35 procent dalen. Er zijn daarbij grote verschillen in impacts van de btw-verhoging, afhankelijk van het hotelsegment, regio en samenstelling van gasten. Voor sommige hotels is een rendabele exploitatie niet mogelijk, voor andere hotels blijft de impact beperkt. We verwachten vooral een grote impact voor hotels zonder (of met een beperkt aandeel) zakelijke gasten in het lagere segment. Hun marges zijn kleiner en hun gasten prijsgevoeliger. Uit onze voorbeeldberekening blijkt dat een daling van de winstmarge met 70 tot 80 procent voor deze categorie hotels niet valt uit te sluiten. Daarmee komen noodzakelijke investeringen in vernieuwing en verduurzaming en de levensvatbaarheid van een grote groep hotels in gevaar.
7. Wanneer hotels volledig verdwijnen uit een toeristische regio heeft dat een grote impact. We zien dat voor iedere euro die een hotel misloopt door terugloop in het aantal overnachtingen, de regionale bedrijvigheid circa 60 cent aan inkomsten mist doordat het hotel ook minder inkoopt in de regio én gasten geen geld uitgeven aan vervoer, uitjes, horeca en detailhandel.
8. Naast de directe economische impact zijn er ook andere impacts. Hotels vervullen functies in het behoud van cultureel erfgoed (landhuizen, kastelen, historische panden) en spelen in kleinere steden en dorpen vaak een rol in de sociale cohesie: als café, restaurant, vergaderlocatie of feestzaal voor inwoners en verenigingen. En om organisatoren, deelnemers en bezoekers van evenementen te huisvesten. Wanneer investeringen achterblijven, zullen ook deze functies onder druk komen te staan.
9. Het hogere btw-tarief voor logies maakt het belastingstelsel niet eenvoudiger. Het is aannemelijk dat hoteliers creatief zullen zijn in hun prijsstrategie om zoveel mogelijk posten (binnen de grenzen van wat wettelijk kan) onder het lage tarief te laten vallen. Dit maakt controle door de belastingdienst complexer en drukt mogelijk de verwachte btw-opbrengsten nog verder dan berekend (in onze berekeningen zijn we niet uitgegaan van andere prijsstrategieën). Administratieve lasten stijgen.
10. In onze berekening is geen rekening gehouden met koopkrachtmaatregelen, investeringen of vermeden bezuinigingen door de staat die mogelijk worden door de hogere btw-inkomsten. Specifiek is ingezoomd op de gevolgen voor de sector waar de belastinginkomsten

vandaan moeten komen. Belangrijk is te vermelden dat hotels naar verwachting minder profiteren van de inkomensmaatregelen dan andere sectoren: een groot deel van hun gasten zijn buitenlands en die ontvangen geen vorm van inkomenscompensatie. Daarnaast zijn voor de impactberekeningen op nationaal niveau conservatieve aannames gedaan voor Nederlandse gasten die uitwijken naar het buitenland en buitenlandse gasten die besparen op hun overige bestedingen tijdens hun verblijf door de hogere overnachtingsprijs: beiden zijn op nul verondersteld. Gevoeligheidsanalyses met andere aannames over de prijsgevoeligheid van hotelgasten en de doorberekening van de btw-verhoging in de overnachtingsprijs leiden wel tot andere getallen, maar niet tot andere conclusies.

Bijlage 1. Achtergronden

In deze bijlage geven we een aantal gedetailleerde achtergronden.

Enquête

KHN heeft ten behoeve van dit onderzoek, een enquête uitgezet onder Nederlandse hoteliers waarin naar cijfers van de hotels is gevraagd. Er is hoofdzakelijk gevraagd naar cijfers uit 2024, maar vaak is er ook gevraagd naar een vergelijking met 2023 en een inschatting voor 2025. In totaal hebben 488 respondenten de enquête (deels) ingevuld. Van deze 488 respondenten hebben 258 de gehele enquête doorlopen. Dit betekent niet dat deze 258 respondenten iedere vraag ingevuld hebben. Niet alle vragen zijn namelijk verplicht gesteld in de enquête. Vragen over financiële gegevens zijn daarom door een substantieel minder groot aantal respondenten ingevuld. Zo gaf 19,3% van de respondenten aan informatie over de omzet te willen delen en 15,6% gaf aan bereid te zijn informatie over de kosten te delen.

- Het grootste gedeelte van de respondenten heeft een hotel in het 3-sterren of 4-sterren segment, respectievelijk 39,0% en 40,9%. 5,0% van de respondenten heeft een B&B, 4,7% een budget 1-2 sterren hotel, 4,1% een hostel/accommodatie met gedeelde kamers 3,2% een 5-sterren hotel, en 3,2% heeft gekozen voor de categorie overig.
- 69,8% van de respondenten heeft een hotel dat geen onderdeel is van een keten/hotelketen, 8,9% is onderdeel van een lokale/regionale hotelketen en 21,3% is onderdeel van een landelijke of internationale hotelketen.
- 16,9% van de respondenten had een hotel in Amsterdam en 83,1% in de rest van Nederland.

Samenstelling

Het HOSTA-rapport biedt een gedetailleerder inzicht in de samenstelling van de markt dan alleen zakelijk en niet-zakelijk en geeft ook inzicht in groepen.

Samenstelling marktsegmenten in 2023. Bron: HOSTA

Marktsegment	% van de gasten Amsterdam en Schiphol	% van de gasten overig Nederland	% van de gasten Nederland totaal
Zakelijk individueel	18%	30%	25%
Toeristisch individueel	61%	46%	53%
Toeristisch groepen	5%	6%	5%
Zakelijk groepen	11%	14%	13%
Overig	5%	4%	4%

Omdat gedrag van binnenlandse en buitenlandse gasten op een andere wijze doorwerkt in de Nederlandse economie, laten we hieronder de samenstelling van gasten zien op basis van de nationaliteiten. In onderstaande tabel doen we dit op basis van CBS en HOSTA.

Herkomsten bezoekers

Land	CBS Amsterdam & Haarlemmermeer (2024)	CBS overig Nederland (2024)	HOSTA Amsterdam & Schiphol (2023)	HOSTA overig Nederland (2023)
Nederland	23%	71%	27%	56%
België*	3%	7%	3%	7%
Duitsland	9%	8%	6%	11%
Overig Europa	41%	10%	30%	15%
Buitenland excl. Europa	24%	4%	34%	11%

*' In het HOSTA-rapport is de vraag vanuit België en Luxemburg samengenomen. Hier is gekozen om deze vraag volledig onder België te rapporteren.

Ondanks dat percentages uit de twee bronnen vrij sterk afwijken, zien we wel gelijksoortig patroon. Voor Amsterdam en Schiphol is de buitenlandse markt dominant. In deze regio wordt zelfs een relatief groot percentage gasten van buiten Europa getrokken. Voor hotels in de rest van Nederland is de binnenlandse markt sterk dominant. België en Duitsland vormen daarna de grootste herkomstmarkten.

Prijsstelling

De gemiddelde prijsstelling van hotels is, doordat zij veelvuldig gebruik maken van dynamische prijzen, vaak sterk afhankelijk van de vraag. Zo zagen we gedurende de coronaperiode een veel lagere gemiddelde kamerprijs. In de onderstaande tabel zijn de gegevens uit het HOSTA-rapport (incl. segmentatie) over de gemiddelde kamerprijzen in 2023 opgenomen.

Gemiddelde kamerprijzen in 2023 naar verschillende type hotels. Bron: HOSTA

Type hotel	Gemiddelde kamerprijs
Hotel in Amsterdam en Schiphol	€ 205,00
Hotel in overig Nederland	€ 125,00
Gemiddeld hotel in Nederland	€ 166,00
Hotel met minder dan 100 kamers	€ 148,00
Hotel met 100-150 kamers	€ 153,00
Hotel met 151-250 kamers	€ 175,00
Hotel met meer dan 250 kamers	€ 181,00

Exploitatie-opbrengsten en kosten

Het HOSTA rapport geeft inzicht in de inkomstenbronnen en kosten van hotels.

Exploitatiecijfers in 2019 en 2023. Bron: HOSTA

	Amsterdam & Schiphol		Overig Nederland	
	2019	2023	2019	2023
Omzet kamers	71%	72%	59%	50%
Omzet eten	18%	15%	25%	31%
Omzet drinken	6%	5%	9%	12%
Omzet kleine operationele afdelingen	3%	1%	4%	1%
Overige omzet	2%	7%	3%	6%
Totale omzet	100%	100%	100%	100%
Inkoopwaarde	7%	8%	11%	12%
Brutowinst	93%	92%	89%	88%
Personeelskosten	27%	26%	32%	31%
Operationele kosten	9%	10%	9%	11%
Administratiekosten	6%	4%	5%	6%
Marketingkosten	3%	2%	1%	1%
Energieverbruik	2%	3%	2%	3%
Vastgoedbeheer	3%	4%	3%	7%
Totale kosten (voor vaste kosten)	56%	57%	63%	70%
Totale winst (voor vaste kosten)	44,1%	43,4%	37,3%	30,2%

Onder de paragraaf 'vaste kosten' geeft Het HOSTA-rapport inzicht in de betaalde 'lease en rent'. Voor een groot deel zullen dit de huisvestingskosten zijn. Als we de huisvestingskosten aftrekken van de winstpercentages zoals in bovenstaande tabel (voor vaste kosten) komen we tot de volgende winstpercentages.

Huisvestingskosten. Bron: HOSTA

	Amsterdam & Schiphol		Overig Nederland	
	2019	2023	2019	2023
Totale winst voor vaste kosten	44,1%	43,4%	37,3%	30,2%
Betaald bedrag 'lease en rent'	26,7%	25,6%	22,9%	14,4%
Totale winst na 'lease en rent' en voor overige vaste kosten	17,1%	17,8%	14,4%	15,8%

In het rapport wordt vermeld dat het effect van de COVID-19-crisis op de huisvestingskosten sterk afhangt van het type huurovereenkomst dat hotels hadden. Daarom moeten de huurbedragen en -percentages in de bovenstaande tabel als indicatief worden beschouwd en zijn ze mogelijk niet representatief voor de markt als geheel. In het kader van dit onderzoek gebruiken we deze percentages toch om tot een indicatie van de winst voor belastingen te komen.

Om hiertoe te komen, moet hier er nog een aantal vaste kosten zoals afschrijvingskosten afgetrokken worden. Gekeken naar de CBS-structuur van 2022 is dit ongeveer 10%. Dit percentage zal relatief hoog zijn, omdat hotelomzetten in 2022 relatief laag waren. Firm focus rapporteert (pre-corona) afschrijvingskosten van ongeveer 7,5% van de omzet. Het is daarmee aannemelijk te noemen dat de overige vaste kosten ongeveer op 7,5% van de omzet zullen liggen. Als we dit percentage afhalen van de overgebleven marge, komen we tot de volgende inschatting van de winstmarge.

Winstmarges hotelsector in 2019 en 2023 naar locatie.

	Amsterdam & Schiphol		Overig Nederland	
	2019	2023	2019	2023
Totale winst na 'lease en rent' en voor overige vaste kosten	17,1%	17,8%	14,4%	15,8%
Inschatting overige vaste kosten	7,5%	7,5%	7,5%	7,5%
Inschatting winst voor belasting	9,6%	10,3%	6,9%	8,3%

We kunnen deze marges vergelijken met de winstmarges als aangegeven in de eigen enquête. Deze zijn als volgt:

Winstmarges hotelsector uit enquête

Regio	2023	2024	2025 (inschatting)
Amsterdam	14,9%	10,8%	12,1%
Overig Nederland	11,3%	11,1%	11,4%

Bron: enquête

Deze percentages liggen iets hoger. Op basis van de vergelijking zijn de volgende winstmarges (voor belasting) aannemelijk:

- Amsterdam: 10-13%;
- Overig Nederland: 8-11%.

Belastingen hotels

Hoteliers betalen veel verschillende typen belastingen. Deze belastingen zijn op te delen in Rijksbelastingen en lokale lasten. We starten met de Rijksbelastingen:

- *Omzetbelasting:* Over het grootste deel van de omzet betalen hoteliers momenteel het verlaagde – 9% - tarief, namelijk over de kameropbrengsten, voedingsmiddelen en non-alcoholische dranken. Over het andere deel van de omzet wordt over het algemeen al het standaardtarief – 21% - betaald.
- *Winstbelasting.* Deze belasting wordt betaald over de winst die wordt gemaakt. Hoeveel er betaald wordt, hangt af van de rechtsvorm van de onderneming. Een eerste type winstbelasting is inkomstenbelasting. Dit wordt betaald bij een eenmanszaak, VOF of maatschap. Het is belasting over de winst als privépersoon. Het belastingpercentage hangt af van de hoogte van de winst die gemaakt wordt. Een tweede type winstbelasting is de vennootschapsbelasting. Deze moet worden betaald bij een BV of NV, waarbij de winst van het bedrijf wordt belast. Voor de eerste €200.000 aan winst geldt een tarief van 19%. Voor winsten boven dit bedrag is het tarief 25,8%. Bij uitkering van dividend moet door de aandeelhouder vervolgens 15% dividendbelasting worden betaald. Als de aandeelhouder een aanmerkelijk belang heeft (5% of meer van de aandelen), moet nog een aanvullend tarief worden betaald, na aftrek van de al ingehouden 15%. De hoogte van dit tarief is afhankelijk van de hoogte van de dividenduitkering.
- *Werkgeverslasten:* Werkgeverslasten zijn kosten voor o.a. premies voor sociale verzekeringen, pensioenpremies en eventuele andere verplichtingen zoals vakantiegeld. Deze komen bovenop het brutosalaris. De werkgeverslasten bedroegen volgens het CBS in 2023 ongeveer 23% van de totale personeelskosten in Nederland.
- *Belasting op nutsvoorzieningen:* Er moet belasting worden betaald over het gebruik van gas, leidingwater en elektriciteit. De hoogte van deze belastingen variëren naargelang de hoogte van het verbruik. Zo varieert de belasting op elektriciteit van €0,10154- €0,00321 per kWh en de belasting op gas van €0,57816- €0,05385 per m3. Voor leidingwater wordt in 2025 €0,425 per m3 betaald.
- *Assurantiebelasting:* Op verzekering moeten bedrijven 21% assurantiebelasting betalen.

Daarnaast moeten hoteliers vaak *lokale heffingen* betalen. De belangrijkste zijn:

- *Toeristenbelasting:* veel gemeenten heffen een belasting op de overnachtingen van personen die niet woonachtig zijn in de gemeenten. De hoogte en wijze van heffen verschillen sterk per gemeente. De meeste gemeenten heffen een vast bedrag per persoon per overnachting. Een aantal heft echter een vast percentage over de omzet per persoon per overnachting. Indien gasten langer

dan 90 nachten achtereenvolgens verblijven in een hotelkamer, dan kan een gemeente ervoor kiezen om forensenbelasting in plaats van toeristenbelasting te heffen. Tarieven hiervoor verschillen ook sterk per gemeente.

- *Onroerendezaakbelasting*: aan de hand van de vastgestelde WOZ-waarde van het horecapand dient vaak onroerendezaakbelasting worden betaald. Onroerendezaakbelasting is opgesplitst in eigenaarsbelasting en gebruikersbelasting. Eigenaarsbelasting wordt door hoteliers alleen betaald als zij het pand in eigendom hebben. Gebruikersbelasting wordt door een aantal gemeenten geheven aan de gebruiker van het pand.
- *Rioolheffing*: aan de gemeente of aan het waterbedrijf wordt rioolbelasting betaald voor de aansluiting op het rioolnetwerk. De hoogte van de rioolheffing is in iedere gemeente anders.
- *Afvalstoffenheffing*: in de meeste gemeenten haalt een afvalverwerker het afval op. Hiervoor betalen hoteliers afvalstoffenheffing. De wijze waarop de afvalstoffenheffing wordt berekend en de kosten hiervoor verschillen sterk per gemeente.
- *Waterschapsbelastingen*: Hoteliers moeten waterschapsbelastingen afdragen aan het Waterschap. Tarieven verschillen per waterschap maar bestaan over het algemeen uit twee delen. Het eerste deel is de watersysteemheffing. Deze wordt berekend op basis van de WOZ-waarde. Het tweede deel gaat over de zuiveringsheffing. De kosten daarvoor worden berekend per eenheid vervuiling.

Daarnaast is er nog een aantal overige belastingen, waar een aantal van de hoteliers mee te maken heeft. Denk aan motorrijtuigenbelastingen, precariobelastingen (als de grond onder het pand, het terras of reclame-uitingen van de gemeente is) en reclamebelastingen (voor uitingen aan de buitenkant van het pand).

Op basis van diverse openbare bronnen is een raming gemaakt van de huidige (onder het 9% btw-tarief) belastingdruk van een gemiddeld hotel (volgens gegevens HOSTA) in Amsterdam en daarbuiten dat in eigendom is van de exploitant en geen precariobelasting betaald. Deze komt voor hoteliers in Amsterdam op ruim 26% van de kameromzet inclusief toeristenbelasting en btw en voor hoteliers in de rest van Nederland op bijna 23% van de kameromzet inclusief toeristenbelasting en btw.

Type belasting	Regio	Per kamer-overnachting 9% [21%] btw	Per persoons- overnachting 9% [21%] btw	% van de prijs incl. btw (9% kamer) en TB
Omzetbelasting kamerverhuur	Amsterdam	€ 18,45 [€ 43,05]	€ 10,85 [€ 25,32]	5,4%
	Overig Nederland	€ 11,25 [€ 26,25]	€ 7,03 [€ 16,41]	4%
Omzetbelasting F&B	Amsterdam	€ 7,18 [€ 7,18]	€ 4,22 [€ 4,22]	2,1%
	Overig Nederland	€ 13,55 [€ 13,55]	€ 8,47 [€ 8,47]	4,8%
Omzetbelasting overig	Amsterdam	€ 4,51 [€ 4,51]	€ 2,65 [€ 2,65]	1,3%
	Overig Nederland	€ 3,47 [€ 3,47]	€ 2,17 [€ 2,17]	1,2%
Winstbelasting (o.b.v. inkomsten- belasting)	Amsterdam	€ 9,23 [€ 9,23]	€ 5,43 [€ 5,43]	2,7%
	Overig Nederland	€ 6,75 [€ 6,75]	€ 4,22 [€ 4,22]	2,4%
Werkgeverslasten	Amsterdam	€ 17,03 [€ 17,03]	€ 10,02 [€ 10,02]	5,0%
	Overig Nederland	€ 17,83 [€ 17,83]	€ 11,14 [€ 11,14]	6,3%
Belasting op nutsvoorzieningen	Amsterdam	€ 2,96 [€ 2,96]	€ 1,74 [€ 1,74]	0,9%
	Overig Nederland	€ 4,15 [€ 4,15]	€ 2,59 [€ 2,59]	1,7%
Assurantie- belasting	Amsterdam	€ 0,60 [€ 0,60]	€ 0,35 [€ 0,35]	0,2%
	Overig Nederland	€ 0,53 [€ 0,53]	€ 0,33 [€ 0,33]	0,2%
Toeristenbelasting	Amsterdam	€ 25,63 [€ 25,63]	€ 15,07 [€ 15,07]	7,5%
	Overig Nederland	€ 3,74 [€ 3,74]	€ 2,34 [€ 2,34]	1,3%
Onroerende- zaakbelasting	Amsterdam	€ 3,09 [€ 3,09]	€ 1,82 [€ 1,82]	0,9%
	Overig Nederland	€ 2,13 [€ 2,13]	€ 1,33 [€ 25,32]	0,8%

Rioolheffing	Amsterdam	€ 0,34 [€ 0,34]	€ 0,20 [€ 0,20]	0,1%
	Overig Nederland	€ 0,38 [€ 43,05]	€ 0,24 [€ 25,32]	0,1%
Afvalstoffenheffing	Amsterdam	€ 0,09 [€ 0,09]	€ 0,06 [€ 0,06]	0,0%
	Overig Nederland	€ 0,09 [€ 0,09]	€ 0,06 [€ 0,06]	0,0%
Waterschaps- belastingen	Amsterdam	€ 0,15 [€ 0,15]	€ 0,09 [€ 25,32]	0,0%
	Overig Nederland	€ 0,10 [€ 0,10]	€ 0,06 [€ 0,06]	0,0%
Motorrijtuigen- belasting	Amsterdam	€ 0,08 [€ 0,08]	€ 0,04 [€ 0,04]	0,0%
	Overig Nederland	€ 0,09 [€ 0,09]	€ 0,06 [€ 0,06]	0,0%
Precariobelasting	Amsterdam	€ 0,00 [€ 0,00]	€ 0,00 [€ 0,00]	0,0%
	Overig Nederland	€ 0,00 [€ 0,00]	€ 0,00 [€ 0,00]	0,0%
Reclamebelasting	Amsterdam	€ 0,06 [€ 0,06]	€ 0,03 [€ 0,03]	0,0%
	Overig Nederland	€ 0,00 [€ 0,00]	€ 0,00 [€ 0,00]	0,0%
Totaal	Amsterdam	€ 89,38 [€ 89,38]	€ 52,57 [€ 52,57]	26,3%
	Overig Nederland	€ 64,04 [€ 64,04]	€ 40,03 [€ 40,03]	22,7%

Invloed btw-verhoging op prijzen en marges hotels

Aan respondenten van het HOSTA-onderzoek is gevraagd naar hun verwachtingen over de invloed van de beoogde btw-verhoging.

Voornemens doorrekening btw-verhoging naar locatie. Bron: HOSTA

		Amsterdam en Schiphol	Overig Nederland	Totaal Nederland
Voornemens 11% btw-verhoging door te rekenen	Nee	10,7%	5,5%	6,5%
	Met <5%	35,7%	15,1%	22,2%
	Met >5%	10,7%	28,2%	25,0%
	Volledig	42,9%	50,7%	46,3%
Verwachte effect op de kamerbezetting	Stijging >10%	0,0%	0,0%	0,0%
	Stijging 5-10%	0,0%	0,0%	0,0%
	Stijging <5%	7,4%	5,5%	5,8%
	Ongeveer gelijk	33,3%	37,0%	35,9%
	Daling <5%	29,6%	26,0%	28,2%
	Daling 5-10%	22,2%	24,7%	23,3%
	Daling >10%	7,4%	6,8%	6,8%

Ook in onze eigen enquête is gevraagd of men voornemens is de beoogde btw-verhoging door te rekenen aan de gast in de prijzen:

Voornemens doorrekening btw-verhoging naar locatie – eigen enquête

Doorrekening prijzen	Regio	Percentage
0%	Amsterdam	18,20%
	Overig Nederland	5,2%
1-25%	Amsterdam	45,60%
	Overig Nederland	8,60%
26-50%	Amsterdam	9,10%
	Overig Nederland	20,70%
51-75%	Amsterdam	18,20%
	Overig Nederland	39,70%
76-100%	Amsterdam	9,10%
	Overig Nederland	25,90%

Gegevens uit het HOSTA-onderzoek verschillen sterk met de gegevens uit de eigen enquête. Daardoor is het lastig om vast te stellen in hoeverre hoteliers voornemens zijn de btw-verhoging door te rekenen. Wel valt op dat hoteliers in Amsterdam hoogstwaarschijnlijk een minder groot deel van de btw-verhoging zullen

doorrekenen dan hoteliers in de rest van Nederland. Dit kan erop duiden dat hotels buiten Amsterdam meer moeite gaan hebben om de btw-verhoging op te vangen dan hotels in Amsterdam, of dat de concurrentie in Amsterdam met omliggende gemeenten inmiddels dusdanig is dat hotels in Amsterdam geen ruimte meer zien om hun prijzen nog verder te verhogen. Het merendeel van de hoteliers verwacht dat hun gemiddelde kamerbezetting ofwel gelijk zal blijven, ofwel zal dalen met 0-10%.

Bijlage 2. Schema impact verhoging btw hotelmarkt

