

Gevolgen btw-verhoging voor functioneren hotels en vakantieparken

Wat zijn de plannen van de Rijksoverheid?

De coalitie onder leiding van Dick Schoof wil vanaf 2026 het btw-tarief voor hotelovernachtingen en overnachtingen op recreatieparken verhogen van 9 naar 21 procent. Hiermee beoogt de overheid extra belastinginkomsten te genereren. Volgens de Rijksoverheid zou deze verhoging van 12 procentpunt ongeveer € 1,21 miljard opleveren. Via hotels en pensions verwacht de Rijksoverheid een opbrengst van circa € 910 miljoen, terwijl overige logiesverstrekkers (voornamelijk vakantieparken) € 302 miljoen aan de staatskas zouden bijdragen. ABN AMRO waarschuwt dat deze schatting mogelijk te optimistisch is, onder meer omdat bedrijven de btw kunnen terugvorderen voor zakelijke overnachtingen en de overheid te maken krijgt met verminderde winstbelasting¹.

Hoe raakt een btw-verhoging recreatiebedrijven?

Het verlaagde btw-tarief op logies wordt al sinds eind jaren '60 toegepast door de Rijksoverheid. Twee motieven om dit verlaagde tarief toe te passen zijn:

1. **Meer gelijkmatige inkomensverdeling.** Mensen met lage inkomens zijn beter in staat bepaalde producten aan te schaffen, zoals vakanties.
2. **Werkgelegenheid voor praktisch opgeleiden.** Verlaagde btw-tarieven in sectoren met veel praktisch opgeleide werknemers verbetert de arbeidsmarktkansen en verlaagt de werkloosheid.

Dialogic en Significant APE concludeerden eerder nog dat het verlaagde btw-tarief voor logiesverstrekking doeltreffend is². Het verlaagde btw-tarief stimuleert het toerisme in enige mate, en zorgt voor werkgelegenheid. Circa 80% van de werknemers in de gastvrijheidssector is in het bezit van een diploma op het MBO- of voortgezet onderwijsniveau, of heeft alleen het primair onderwijs afgerond³. De sector biedt daarmee werkgelegenheid aan jongeren (als eerste werkervaring) en aan mensen met een opleiding in het middelbare beroepsonderwijs.

Als de btw-verhoging wordt doorgevoerd, staan ondernemers voor een keuze: de verhoging doorberekenen aan de klant of niet. Uit een studie van het CPB blijkt dat eerdere verhogingen van het reguliere btw-tarief (van 17,5% naar 19% in 2001 en van 19% naar 21% in 2012) in andere sectoren volledig zijn doorberekend aan de eindgebruikers⁴. Specifiek voor de logiessector hebben Dialogic en Significant APE op basis van data-analyse vastgesteld dat de verhoging van het verlaagde btw-tarief van 6% naar 9% in 2019 eveneens in de prijzen werd doorberekend⁵.

Beide keuzes (doorberekenen of niet) hebben echter negatieve gevolgen voor de sector. Als ondernemers besluiten de btw-verhoging door te rekenen, zullen ze naar verwachting te maken krijgen met een daling van het aantal gasten en overnachtingen. Hogere prijzen leiden doorgaans tot minder vraag naar

¹ Bron: ABN AMRO (2024). Overheid raakt toerisme met btw-verhoging en rekent zich rijk. Via: <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/leisure/overheid-raakt-toerisme-met-btw-verhoging-en-rekent-zichzelf-rijk>

² Bron: Dialogic & Significant APE (2023). Evaluatie van het verlaagde btw-tarief. In opdracht van het Ministerie van Financiën, Directie Algemene Fiscale Politiek

³ Bron: ABF Research & NBTC, Arbeidsmarktmonitor Gastvrijheidssector. Geraadpleegd via <https://dashboard.nbtc.nl/dashboard/arbeidsmarktmonitor/persoonskenmerken>

⁴ Centraal Planbureau (2014). Robust estimation of the VAT pass-through in the Netherlands. CPB Discussion Paper 297

⁵ Dialogic & Significant APE (2023). Evaluatie van het verlaagde btw-tarief. In opdracht van het Ministerie van Financiën, Directie Algemene Fiscale Politiek



producten en diensten, behalve bij zeer luxe goederen zoals juwelen of haute couture. In dit geval kunnen gasten ervoor kiezen om 1. korter op vakantie te gaan, 2. naar het buitenland te reizen, 3. in een ander type accommodatie te verblijven (kamperen), of 4. helemaal af te zien van vakantie. Een afname van gasten en overnachtingen leidt bij Nederlandse bedrijven tot een daling van de brutowinst, wat de herinvesteringsmogelijkheden beperkt.

Besluit een ondernemer de btw-verhoging niet door te berekenen, dan wordt de brutowinst direct beïnvloed door de hogere btw-afdracht, zonder dat dit tot meer omzet leidt, wat ook de ruimte voor investeringen verkleint.

Het uitblijven van investeringen kan resulteren in een neerwaartse spiraal die moeilijk te doorbreken is, met een verdere afname van het aantal gasten en overnachtingen. Hierdoor kan het vertrouwen van financiers afnemen, en kunnen ondernemers minder flexibel reageren op internationale veranderingen, vooral in vergelijking met Europese concurrenten. Nederland zou met een btw-tarief van 21% voor logies tot de landen met de hoogste tarieven in de EU behoren, waarbij alleen Denemarken een hoger tarief (25%) hanteert in bepaalde sectoren⁶. Al met al verslechtert een btw-verhoging de concurrentiepositie van Nederlandse recreatiebedrijven. Het heeft ook gevolgen voor de werkgelegenheid en voor de bestedingen van andere aanbieders in de vrijetijdseconomie. Tijdens een vakantie geeft een gast natuurlijk ook geld uit in de horeca, in winkels en bij dagattracties en musea. Minder gasten en/of overnachtingen raken ook de bestedingen in deze sectoren.

Welke gevolgen kan de verhoging specifiek voor de gemeente Sittard-Geleen hebben?

In buurlanden België en Duitsland gelden respectievelijk btw-tarieven van 6% en 7%. De gemeente Sittard-Geleen ligt aan de grens met beide landen, waardoor gasten voor vergelijkbare verblijven in principe goedkoper uit zijn wanneer ze kiezen voor een accommodatie net over de grens. ABN AMRO verwacht daarom dat bedrijven in de grensregio's zwaarder getroffen zullen worden door een btw-verhoging dan bedrijven elders in Nederland⁷.

De impact van de btw-verhoging kan echter per bedrijf verschillen. Veel hangt af van de kracht van de ondernemer en de aantrekkelijkheid van het concept. Als het aanbod goed aansluit bij de wensen van de markt, zullen gasten waarschijnlijk toch geneigd zijn om voor deze locatie te kiezen. Voor veel mensen is op vakantie gaan namelijk een prioriteit. Bij hun keuzes over vakantiebestemmingen vergelijken consumenten niet alleen verschillende locaties, maar wegen ze ook af of ze hun budget aan vakantie of aan andere zaken, zoals cultuur of sport, willen besteden. Als een vakantie belangrijk genoeg is, kunnen ze er bijvoorbeeld voor kiezen om minder aan andere activiteiten uit te geven.

Daarnaast kan de impact van een btw-verhoging op een recreatiepark in de gemeente Sittard-Geleen beperkt blijven als er over de grens geen kwalitatief vergelijkbare accommodaties beschikbaar zijn. Dit kan een extra reden zijn voor gasten om toch voor een verblijf in Nederland te kiezen.

⁶ Bron: deskresearch Ginder

⁷ Bron: ABN AMRO (2024). Overheid raakt toerisme met btw-verhoging en rekent zich rijk. Via: <https://www.abnamro.nl/nl/zakelijk/insights/sectoren-en-trends/leisure/overheid-raakt-toerisme-met-btw-verhoging-en-rekent-zichzelf-rijk>