



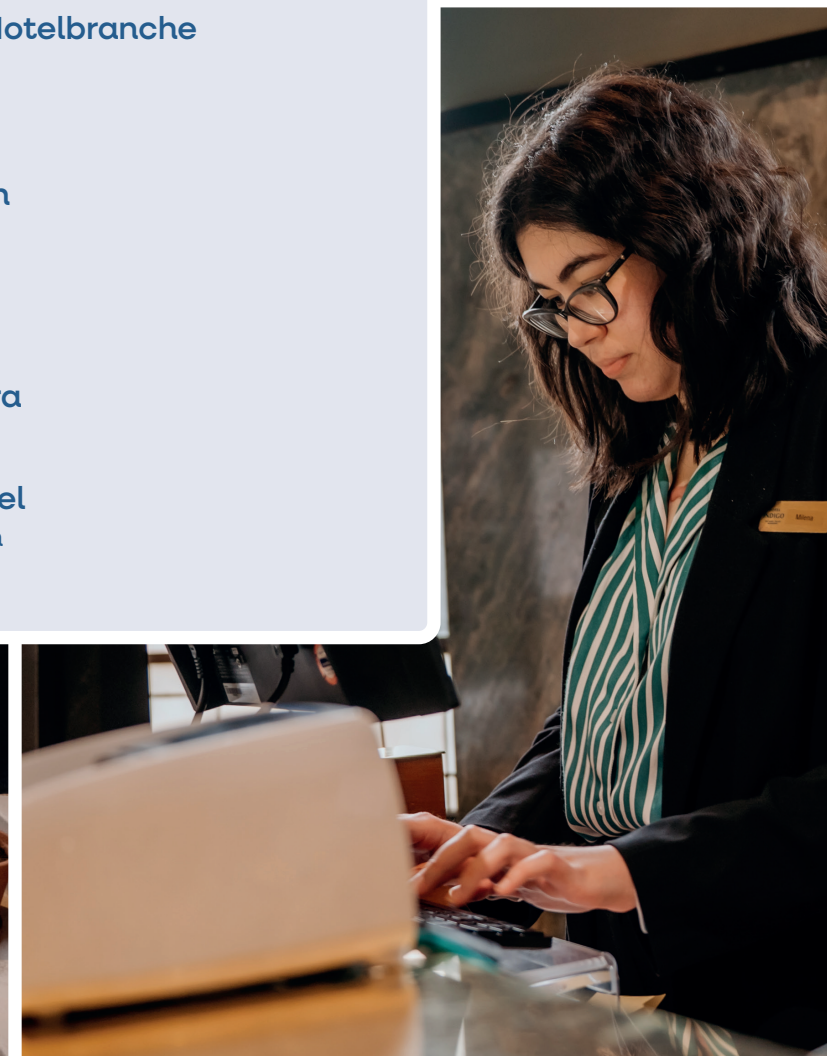
# Slapeloze nachten.

De gevolgen van 21% btw

Koninklijke Horeca  
Nederland



Kijk voor meer informatie  
op [www.khn.nl](http://www.khn.nl)



## Inhoud

- 3 **Voorwoord**
- 4 **Angelique Joosten**  
Recreatiepark de Leistert
- 6 **Erwin Huibregtse**  
Boutique Hotel Charley's
- 8 **Gijs Hendriks**  
Theaterhotel Venlo, Mr. Jiggs en het Ald Weishoës
- 10 **Jan Akkermans**  
Garde Hotels
- 12 **Feiten en cijfers Hotelbranche**
- 14 **Marijke Schreiner**  
Stayokay
- 16 **Patrick Kerkhoven**  
WIN Hotels
- 18 **Rien Mol**  
Landgoed het Rhein
- 20 **Marcel Scheepstra**  
IF Boutique hotel
- 22 **Camille Oostwegel**  
Oostwegel Collection

## Voorwoord



De Nederlandse gastvrijheidssector is van grote waarde. Hotels, vakantieparken, campings en B&B's ontvangen jaarlijks miljoenen gasten en zorgen voor levendige dorpen en steden. Ze creëren banen, genereren miljarden aan bestedingen en versterken de internationale uitstraling van Nederland. Dankzij onze sector kunnen gezinnen herinneringen opbouwen, scholieren op kamp gaan en toeristen onze cultuur beleven.

De voorgenomen btw-verhoging op logies van 9% naar 21% is zorgwekkend. Hogere prijzen maken vakanties in Nederland minder aantrekkelijk. Binnenlandse toeristen kiezen goedkopere bestemmingen net over de grens en buitenlandse toeristen bezoeken sneller omliggende landen. Winkels, musea, restaurants en evenementen verliezen hierdoor óók inkomsten. Daarmee verdwijnen banen, stagneren investeringen in duurzaamheid en kwaliteit en verliest Nederland terrein op internationaal vlak.

In dit magazine komen de ondernemers zelf aan het woord. Hun verhalen laten zien met hoeveel passie, vakmanschap en doorzettingsvermogen zij hun hotel, pension of vakantiepark exploiteren. Maar ook hoe kwetsbaar hun werk wordt door deze btw-verhoging. Zij vertellen wat het concreet betekent als gasten wegblijven, banen verdwijnen en investeringen worden uitgesteld. Juist hun persoonlijke ervaringen maken zichtbaar wat er op het spel staat. Dit magazine is daarmee een pleidooi om zowel naar de cijfers als naar de mensen te kijken. Want dit zijn de mensen achter de bedrijven die Nederland gastvrij en aantrekkelijk maken.

Met vriendelijke groet,

Marijke Vuik  
Koninklijke Horeca Nederland

# “Dit beleid staat haaks op de regiodeal”

Recreatiepark de Leistert in Roggel moet de komende jaren flink investeren om aan duurzaamheidseisen én de behoeften van gasten te blijven voldoen. De btw-stijging gaat waarschijnlijk veel invloed hebben op de bedrijfsresultaten waarmee die investeringen gefinancierd moeten worden, vreest directeur/bestuurder Angelique Joosten. “Dat raakt niet alleen de Leistert, maar de hele regio.”

Sinds Angelique Joosten in 2022 aantrad als directeur/bestuurder van de Leistert heeft ze de kosten non-stop zien stijgen. “Het begon met de elektriciteitsrekening die in 2022 van twee ton naar acht ton ging”, zegt ze. “Daarna kwam de gastoeslag bij de bewassing van het bedlinnen. Vorig jaar kwam er twaalf procent extra personeelskosten bij, vanwege cao-stijgingen. En de schoonmaakkosten zijn zo hard gestegen dat we daarop nu een negatieve marge draaien. Deze btw-verhoging gaat dus echt wel een flinke impact hebben.”

**“Onze gasten hebben geen idee voor wat voor duivels dilemma we staan”**

## Zorgwekkende ontwikkeling

Hoewel ze midden in het hoogseizoen van 2025 zitten, merkt ze al dat sommige gasten schrikken van de prijzen voor volgend seizoen. “Veel vaste gasten boeken een jaar vooruit”, zegt ze. “Dat zien we dit jaar ook. Rapporten wijzen uit dat er grote klappen gaan vallen bij de budgetaanbieders in ons land, dus ook al merken wij dit als Topcamping in Nederland wat minder, voor onze branche is het een zorgwekkende ontwikkeling.”

Angelique en haar team overwogen nog om de btw niet volledig door te berekenen aan de gast. “Dat zou heel vriendelijk zijn voor onze gasten, maar desastreus voor ons resul-

taat”, zegt ze. “En dat hebben we juist nodig om broodnodige investeringen te kunnen financieren. Het is voor ons onmogelijk om nog meer kosten te dragen of nog grotere negatieve marges te draaien op bepaalde inkoopkosten.”

## Minder investeringsruimte

Angelique stelde als directeur in 2022 een nieuwe ‘toekomstvisie de Leistert 2035-2040’ op. “Door de gefaseerde groei van het bungalowpark constateerden we al een tijdje dat de centrale voorzieningen niet meer op de juiste plek liggen en niet te verduurzamen zijn”, legt ze uit. “Zo is ons zwembad niet alleen te klein voor het aantal gasten dat we hebben, maar zijn we voor de verwarming ervan ook afhankelijk van gas. De eerste fase van de toekomstvisie is om een nieuw overdekt zwembad te realiseren, waarmee we het gasverbruik terug naar nul brengen.” We praten dan over vele tientallen miljoenen euro’s. “En als ik kijk naar de plannen voor de komende vijftien jaar, dan hebben we het misschien wel over een totale investering van zestig miljoen. We zijn een gezond bedrijf en krijgen dit met extra financiering wel rond”, verduidelijkt Angelique. “Maar we hebben wel een stevig bedrijfsresultaat nodig om die

**“Om te kunnen investeren hebben we goede bedrijfsresultaten nodig”**

financiering rond te krijgen. En daar haakt het voor mij allemaal in elkaar: hoe krijg je dat gefinancierd met die stijgende kosten en btw-verhoging, die je bedrijfsresultaat zo drukken?”

**“Ik denk dat veel duurzaamheidsambities van bedrijven hierdoor op de schop gaan”**

## Druk op de regio

Daarmee staat dit beleid volgens Angelique haaks op alles wat de overheid zegt te willen. “Het raakt aan duurzaamheidsambities die nu bij veel bedrijven op de schop zullen gaan, maar ook aan de vitaliteit van de regio.” De regio Midden-Limburg, waar de Leistert onder valt, ontving recent 21 miljoen euro van de overheid om de vitaliteit in deze ‘krimp-regio’ te versterken. “Die regiodeal is hartstikke goed, maar zo’n regel als de btw-verhoging gaat daar tegenin”, vindt Angelique. “Verblijfsrecreatie is het antwoord op de vraag hoe je een plattelandsregio zoals Midden-Limburg levendig kunt houden. De grove inschatting is dat er zo’n 30 miljoen aan bestedingen, vanuit toerisme, in de regio landt vanwege het feit dat de Leistert er is. Daarmee zorgt ons park ervoor dat voorzieningen blijven, zoals winkeltjes en cafés. Maar met het btw-beleid, haal je dat weer onderuit.” Het stuit Angelique tegen de borst dat de integraliteit van beleid ontbreekt. “Ik ben continu regionaal aan het lobbyen, bijvoorbeeld om het zwembad, dat we ook een gemeentefunctie willen geven, aan te sluiten op een lokale windmolen en zo de netcongestie op te lossen. De overheid werkt echt in zuiltjes”, vindt ze. “Dat maakt het heel moeilijk voor ondernemers die op eigen kracht naar oplossingen zoeken.” De toekomstvisie die Angelique in de afgelopen drie jaar als directeur heeft opgesteld en aan het

voorbereiden is, wordt door alle kostenstijgingen en landelijke issues als stikstof en netcongestie een stuk moeilijker te realiseren. “We zijn een solide en sterke organisatie die al 65 jaar bestaat en zelfs in coronatijd rendabel bleef. Maar dit beleid raakt ook bij de Leistert de snelheid waarmee en de mogelijkheden waarin we kunnen ontwikkelen”, zegt Angelique. “Ze krijgen de Leistert er niet zomaar onder”, garandeert ze, “we worden er ook meer vastberaden door, maar tegelijkertijd maken we ons grote zorgen over ons investerend vermogen.”



**Angelique Joosten** is directeur/bestuurder bij Stichting Recreatiepark de Leistert in Roggel. De Leistert begon 65 jaar geleden als camping en is uitgegroeid tot “een klein dorp” met een maximumcapaciteit van 6.500 gasten. Naast campingplaatsen zijn er 313 bungalows en 150 verhuuraccommodaties op het terrein van 91 hectare te vinden. Er zijn 100 medewerkers vast in dienst, 170 medewerkers in de ‘flexibele schil’ en daarnaast zijn er medewerkers voor de supermarkt en schoonmaak via externe organisaties verbonden aan het park.

# “Ik vrees dat toeristen hun vakantie iets verderop gaan vieren, in België”

**Hotelier Erwin Huibregtse houdt zijn hart vast voor de impact die de btw-verhoging gaat hebben op het toerisme in Zeeland. De uitbreidingsplannen die hij heeft voor zijn hotelonderneming in Westkapelle gaan even in de koelkast. Of misschien wel helemaal van tafel. “We durven het op dit moment niet aan.”**

Een kleinschalig seizoensbedrijf. Zo noemt Erwin Huibregtse de onderneming die hij samen met zijn vrouw Jolinda runt. Ze moeten het hebben van de zomermaanden, waarin hun hotelkamers aan de Zeeuwse kust ongekend populair zijn bij vakantiegangers. Ook deze zomer zitten ze vol. Of dat volgend jaar weer zo zal zijn, als het btw-tarief op logies wordt verhoogd, dat is voor Erwin de grote vraag. “De impact is natuurlijk nog niet helemaal duidelijk, maar ik verwacht dat die heel groot zal zijn”, zegt hij. “Er wordt in rapporten gesproken over een omzetverlies van dertig procent en ik vrees dat die bij ons zelfs groter zal zijn, omdat we helemaal geen zakelijke gasten hebben. We zijn volledig afhankelijk van het toerisme.”

## Concurreren met België en Duitsland

Een heel groot deel van hun gasten komt uit Duitsland. “Die schrikken nu al van de prijzen in Nederland. Voor de dagelijkse boodschappen zijn ze hier veel meer kwijt dan in Duitsland. Als de hotelkamers ook duurder worden, ben ik bang dat veel mensen op zoek gaan naar alternatieven, bijvoorbeeld aan de Belgische kust, waar wij vlakbij zitten. En waar het btw-tarief op logies maar zes

**“Onze Duitse gasten schrikken nu al van de prijzen hier”**

procent is.” Erwin en zijn vrouw openden hun boutique hotel in april 2019. Toen ze net op stoom waren, hakte de coronacrisis erin. “Dat was een onzekere periode, waarin we echt hard hebben gewerkt om het hoofd boven water te houden”, vertelt hij. “Maar we zijn er sterk uitgekomen. Na de lockdowns was het gekkenhuis hier: iedereen leek op vakantie te willen. We draaiden zo goed dat we het aandurfd en om in december 2023 een leegstaand en vervallen pand tegenover ons hotel te kopen, een oud café. We willen daar twaalf nieuwe hotelkamers bouwen en zijn met een architect aan de slag gegaan. Er liggen nu mooie tekeningen en een omgevingsvergunning. Maar we durven niet te gaan bouwen.”

**“Raak je hier toeristen kwijt, dan raakt dat de hele omgeving”**

## Hand op de knip

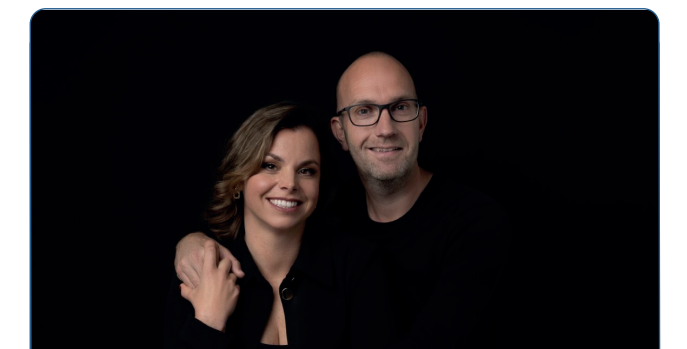
De schop gaat voorlopig niet de grond in. “Het gaat om een investering van zo’n drie miljoen”, vertelt Erwin. “En we vragen ons af of we dat risico nu kunnen en moeten nemen. Gaan we dat nog terugverdienen als er minder toeristen komen als gevolg van de btw-verhoging? Wordt het ooit rendabel? Zolang we niet weten of gasten ons nog weten te vinden na de btw-verhoging, en tegen welke prijs, ligt alles stil en gaan we niet investeren.” Gratis is dat natuurlijk niet. “We hebben een hypotheek lopen en zitten met vaste lasten”, zegt Erwin. Ook andere plannen staan even op een lager pitje. “We doen nu veel zelf en zouden in de toekomst best wat meer personeel willen aannemen om ook wat tijd met ons gezin door te brengen, maar ook daarin investeren we nu even niet”, zegt Erwin. “De kosten worden steeds hoger: de gemeentelijke belastingen en lonen gaan omhoog. Als je een elektricien, loodgieter of aannemer moet inhuren betaal je de hoofdprijs. Daarnaast worden fiscale voordelen voor ondernemers steeds verder teruggesnoeid. Tel daar die btw-verhoging bij op en we zien de guillotine al hangen, als het ware.”

## Funest voor de regio

Niet alleen voor zijn toekomstplannen en winstmarge is de btw-verhoging funest, ook voor de regio verwacht hij problemen. “Het toerisme is voor Zeeland zó belangrijk. Soms vraag ik me af of ze dat in Den Haag wel doorhebben, de focus ligt veel te veel op de Randstad. Raak je hier gasten kwijt, dan raakt dat de hele omgeving. Veel inwoners in ons dorp werken in de horeca of in het toerisme. En de supermarkten, bakkers en slagers kunnen hier blijven bestaan door de toeristen in het hoogseizoen. Valt dat weg, dan vallen zij ook om, ben ik bang.”

**“Het toerisme in Zeeland is zó belangrijk”**

Bovendien betwijfelt Erwin of de maatregel de miljoenen per jaar gaat opleveren die politici berekend hebben. “Er zijn meerdere onderzoeken gedaan en daaruit blijkt dat de maatregel helemaal niet zoveel zin heeft”, zegt hij. “Laatst las ik in horecamagazine Hospitality Management dat er nog zes miljard euro aan coronaschuld openstaat bij ondernemers. Misschien is het slim om ervoor te zorgen dat ondernemers die kunnen terugbetalen in plaats van een nieuwe maatregel in te voeren die ons opnieuw heel veel onzekerheid gaat brengen.”



**Erwin Huibregtse en zijn vrouw Jolinda** begonnen in 2019 Boutique Hotel Charley's in Westkapelle. Ze bestieren 17 hotelkamers en hebben 5 medewerkers die hen daar parttime mee helpen.



# “Zie onze sector ook als een multinational”

**Gastvrijheid en service, dat vindt de Limburgse hotellier Gijs Hendrikx het allerbelangrijkst in zijn vak. Dat de btw-verhoging hem (na corona weer) dwingt om te zoeken naar creatieve oplossingen om een gezonde exploitatie neer te zetten, neemt hij de overheid kwalijk. “Ze nemen de sector, met de uitdagingen die wij de laatste jaren hebben gehad, niet serieus.”**

“Het lastige aan onze situatie is dat we geen ‘regulier’ product verkopen met een vaste prijs, maar dat we in de hotellerie spelen met prijzen op basis van vraag en aanbod”, begint Gijs Hendrikx als hij gevraagd wordt naar de impact van de btw-verhoging op logies. “We hebben geen basisomzet waarop je kunt vertrouwen en het break-even punt is de laatste jaren onder druk komen te staan. De prijzen voor inkoop, personeel en andere diensten zijn sterk gestegen. Wij kunnen niet altijd zomaar meebewegen met onze prijzen. Daarom moeten we de btw-verhoging wel doorberekenen aan de gasten: als we die twaalf procent extra ook nog eens van de prijs moeten afhalen, dan wordt ons resultaat nog magerder.”

**“Het potje voor investeringen is in coronatijd al verdampt”**

## Geen buffer en geen zekerheid

Het gaat Gijs er niet om dat hij dan zelf minder over zou houden, verduidelijkt hij. Het gaat hem om de gezonde buffer die hij met een mager resultaat niet kan opbouwen. “Ik wil mezelf niet verrijken: ik wil ervoor zorgen dat er een potje is voor noodzakelijke investeringen en onderhoud”, legt hij uit. “Ik ben acht jaar geleden begonnen en er was een potje voor de airco-installatie in het Theaterhotel. Maar dat potje is opgegaan in coronatijd. De resultaten die ik voor corona had, heb ik ook

niet meer gehaald in de jaren erna. Dus de middelen die ik straks nodig heb voor die flinke investering, heb ik gewoon niet.”

De btw-verhoging verplicht hem dus om de prijzen voor zijn hotelkamers stevig te verhogen. En hij heeft geen idee wat dat met de bezetting gaat doen. “Wij zitten in een Euregio”, zegt hij. “Duitse en Belgische gasten zijn heel belangrijk voor ons. Nu wij de btw moeten doorberekenen aan de gast, verliezen we onze concurrentiepositie. Misschien zeggen veel mensen wel: ik ga naar een hotel net over de grens, omdat dat goedkoper is. Een hotelovernachting wordt steeds meer een luxe, zeker voor de middenklasse die nu bij ons te gast is. Het is koffiedik kijken, maar ik verwacht wel dat het impact gaat hebben.”

## Gastvrijheid voorop

Gijs is er niet van overtuigd dat hij dan maar op andere kosten kan of moet bezuinigen. “We hebben in coronatijd al gesnoeid waar mogelijk”, zegt hij. “We zijn kritisch gaan kijken naar sponsoring en hebben de externe marketing in huis gehaald om kosten te besparen. Ook op het gebied van inkoop zijn we selectiever geworden. Om maar een voorbeeld te noemen: we hebben niet meer standaard alle luxe flessen sterk op voorraad. Maar het is steeds zoeken naar een goede balans tussen scherp zijn op kosten en de beleving bieden die een gast verwacht.” Waar hij in elk geval nooit op wil bezuinigen, is service. “Wij zijn een sector die valt of staat bij gastvrijheid. Daarop bezuinigen is nooit goed. Ik wil dus zeker niet tornen aan de

openingstijden of de service die ons personeel biedt. Sterker nog: we zijn in het Theaterhotel pas weer begonnen met het aanbieden van een welkomstdrankje. Dat heeft echt effect op de gasttevredenheid.” Gijs zou het dan ook liever behouden. “Maar de vraag is of dat volgend jaar nog kan.”

**“Een hotelovernachting wordt steeds meer een luxe”**

## De sector als bedrijf

Hoewel Gijs zich zorgen maakt over de oplopende kosten en mogelijk wegblijvende gasten, ziet hij het als een onderdeel van het ondernemerschap. “Risico’s horen erbij en na corona heb ik er echt wel vertrouwen

in dat we ook dit overleven.” Hij is zich ervan bewust dat die uitspraak koren op de molen is voor de overheid, maar dat vindt hij niet helemaal eerlijk: “Als ik zie hoe multinationals worden geholpen met btw-voordeel en subsidie, dan vind ik dat wij als sector ook als groot bedrijf zouden moeten worden gezien. Al die gepassioneerde mkb’ers samen betekenen minimaal zoveel voor de economie als een multinational. Wij houden niet alleen mensen aan het werk, maar sponsoren ook lokale clubs en hebben naast het ondernemen vaak nevenfuncties op het gebied van toerisme of andere organisaties die aan ons vak gerelateerd zijn. Neem ons als sector serieus, zou ik zeggen. En zet ons vooral niet onder druk om marginale inkomsten te genereren. Want dat is wat er nu gebeurt.”



**Gijs Hendrikx is eigenaar van drie hotels in Venlo: Theaterhotel Venlo (42 kamers), Mr. Jiggs (34 kamers) en het Ald Weishoës (22 kamers). In totaal heeft hij twintig mensen vast in dienst en springen er ook veel flexibele medewerkers bij op piekmomenten. Housekeeping besteedt hij uit aan externe partijen, de receptie bij het Theaterhotel ook.**

FOTOGRAFIE: DION HUIBERTS



Foto: Jan Buwalda

## “Onzekerheid is killing voor ondernemers”

**Hotellier en KHN-bestuurslid Jan Akkermans begrijpt heel goed dat er érgens geld vandaan moet komen, maar ziet geen heil in het btw-plan dat er nu ligt. “Het voelt alsof dit zonder mededogen is uitgetekend op een bierviltje. Het duwt ondernemers in onzekerheid en het gaat niks opleveren.”**

Als je Jan Akkermans vraagt naar de impact van de btw-verhoging op logies, dan heeft hij daar één woord voor: onzekerheid. “In de hotellerie lag de winstmarge in 2024 op zes tot negen procent”, begint hij. “Een btw-verhoging van twaalf procent, bovenop de inflatie van drie procent, is van de zotte. We moeten dit doorberekenen aan de gast en onze prijzen dus met vijftien procent verhogen. Dat betekent een enorme verhoging op een prijs die niet vaststaat: we hebben

het niet over een pak melk waar een euro bovenop komt, maar over een forse prijsverhoging. Ik durf niet te zeggen wat dat met het aantal gasten gaat doen, want dat zal ook verschillen per regio, per segment en per aantal piekdagen dat je krijgt. Ik geloof dat wij met onze hotels in hartje Groningen op de high demand dagen echt wel genoeg gasten blijven houden, maar dat we het in mindere periodes ontzettend hard gaan voelen.”

### “Deze maatregel drukt vakantie in eigen land de kop in”

#### Risicomijdend gedrag

Landelijk gezien verwacht Jan dat de maatregel heel veel impact gaat hebben en de branche hard zal raken. Zeker voor de grensregio's houdt hij zijn hart vast. “De maatregel drukt vakantie in eigen land de kop in”, waarschuwt hij. “En het levert uiteindelijk ook niet op wat het zou moeten opleveren, want als er minder toeristen komen, betekent het dat ondernemers minder inkomstenbelasting betalen en dat er ook minder toeristenbelasting binnenkomt.” Sterker nog: de onzekerheid zorgt volgens Jan ook nog voor risicomijdend gedrag bij ondernemers, met alle gevolgen van dien. “Onzekerheid is killing voor ondernemers. Zeker omdat veel reserves er in de coronaperiode al doorheen zijn gegaan. Ik weet zeker dat veel collega's daarom zullen stoppen met investeren en bijvoorbeeld geen vaste contracten zullen uitdelen of duurzaamheidsambities op een lager pitje zetten. Het werkt averechts.”

#### Luisteren naar ondernemers

Zeker na de lockdowns in coronatijd, de inflatie, energiecrisis en enorme kostenstijgingen van de laatste tijd, valt het Jan rauw op zijn dak dat de overheid deze verhoging in één klap invoert, zonder coulance. “Ik vind het prima om de discussie te voeren of hotels en toerisme in het lage btw-tarief moeten vallen. Natuurlijk draagt toerisme bij aan welzijn en ontspanning, en we weten sinds corona allemaal hoe belangrijk dat is, maar ik kan er

best in meegaan als politici vinden dat het geen eerste levensbehoefte is. Wat ik alleen niet begrijp, is dat we als branche niet de tijd krijgen om toe te groeien naar een hoger tarief. Nu wordt er zomaar twaalf procent bovenop gegooid, in een tijd als deze. Dat komt allemaal op het bordje van de ondernemers en die gaan allerlei creatieve oplossingen zoeken, met hogere prijzen voor kamers inclusief ontbijt. Het is allemaal gepipo in de marge, dat voortkomt uit onzekerheid.”

Het steekt hem dat er niet geluisterd wordt naar ondernemers die mee willen praten en denken. “Wij horen alleen ‘er is 1,2 miljard nodig’, maar politici gaan niet met ons in gesprek”, zegt hij. “De bulk onzekerheid die we nu over ons heen krijgen, daar is in Den Haag helemaal niet over nagedacht. Ik heb het idee dat het plan zonder mededogen op een bierviltje is uitgetekend. Ik wil niet alleen maar negatief zijn”, besluit Jan. “Daar hou ik niet van. Ik zou alleen graag zien dat we mee mogen praten. En dat ze ons niet zo in onzekerheid laten zitten.”

**Jan Akkermans en zijn vrouw zijn sinds 2021 de eigenaren van Garde Hotels in Groningen. Hun hotel Corps de Garde telt negentien kamers, Hotel Halbert 66. Ze hebben 45 mensen in dienst en bieden werk aan vijftien gidsen, die stadswandelingen verzorgen voor hun gasten. De nachtreceptie en housekeeping besteden ze uit aan externe partijen.**

### Feiten en cijfers hotelbranche nederland 2024

|                        |              |                                                                                     |
|------------------------|--------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| Aantal hotels:         | 3.842        |  |
| Aantal overnachtingen: | 64,6 miljoen |  |
| Aantal hotelgasten:    | 33,4 miljoen |  |
| Jaaromzet:             | 8,6 miljard  |  |
| Werknemers:            | 88.000       |  |

### Grensregio's in het nauw

#### Btw-percentages in 2026

Duitsland: 7%  
België: 6%  
Nederland: 21%

DE BE NL

*Kans op verplaatsing van toerisme naar het buitenland - vooral Duitsers en prijsbewuste gasten wijken uit.*

### Maatschappelijke rol van hotels



**WERKGEVER:**  
88.000 banen  
+ indirecte werkgelegenheid



**DUURZAAMHEID:**  
4-6% omzet naar onderhoud en verduurzaming



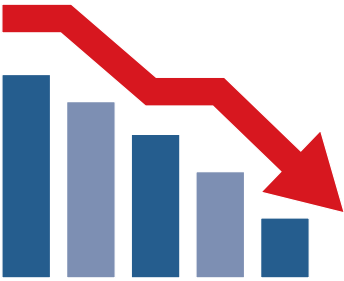
**BUURTFUNCTIE:**  
dragen bij aan leefbaarheid en voorzieningen



**INCLUSIE:**  
bieden kansen aan jongeren, statushouders en mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt

### De gevolgen zijn groot

- -6,75% vraaguitval → €580 miljoen omzetverlies
- € 826 miljoen minder bestedingen door buitenlandse privéreizigers → € 179 miljoen minder btw-inkomsten voor de overheid
- Tot -30% minder overnachtingen in grensgebieden
- 40% hotelmanagers verwacht minder duurzaam te investeren
- Risico op **banenverlies** in horeca, vervoer, retail, recreatie.



### Kwaliteit en leefbaarheid



**“De hotelsector is van grote economische én maatschappelijke waarde voor Nederland.”**

# “Overnachtingen bij Stayokay zijn geen overbodige luxe”

Door de btw-verhoging bovenop de stijgende kosten, wordt een overnachting bij Stayokay zo goed als onbetaalbaar. Tenminste: voor mensen met een beperkt budget. En dat is nu precies de doelgroep waar de organisatie zich al sinds 1929 op richt. “Ontspanning is belangrijk”, vindt directeur Marijke Schreiner. “Dat gun je iedereen.”

“Stayokay is er voor mensen en groepen die rekening moeten of willen houden met een wat kleiner budget,” begint Marijke Schreiner. “Wij krijgen geen zakelijke gasten die btw kunnen aftrekken van de belasting, maar wel de jongeren van de harmonie, klassen die op werkweek of schoolreis gaan en families die het jubileum van opa en oma samen vieren. Het is voor ons en onze gasten ontzettend belangrijk dat een verblijf betaalbaar blijft.”

**“Budgetgevoelige mensen en groepen worden de dupe van deze maatregel.”**

## Belang van samen eropuit

Met de btw-verhoging per 1 januari vraagt Marijke zich af of dat nog wel mogelijk is. “De indexatie is nu al hoog en dan komt er nog twaalf procent bovenop”, zegt ze. “Een verblijf zal voor veel mensen zo goed als onbetaalbaar worden. Het is koffiedik kijken wat dat precies gaat betekenen, maar ik verwacht dat gasten hun verblijf gaan inkorten of helemaal niet meer komen. Scholen die op werkweek gaan zullen misschien alleen met groep acht gaan en niet met groep zeven én acht. Of ze komen niet meer jaarlijks, maar om het jaar.” En dat is een kwalijke zaak, vindt Marijke. “Ik heb in gesprekken met politici al eerder aangegeven dat ik me grote zorgen maak over de sociale component die hier-

mee in het geding komt. Dit soort overnachtingen zijn geen overbodige luxe. Ontspanning en samen eropuit gaan, op ontdekking gaan, is ontzettend belangrijk. Zeker voor scholen of verenigingen die als doel hebben om samen te komen. Voor jongeren is het onderdeel van hun ontwikkeling. Een werkweek of kamp leert kinderen zich te redden buitenshuis, het draagt bij aan groepsvorming, aan tolerantie en inclusiviteit. En ze praten er jaren later vaak nog over. Voor iedereen geldt: ergens heen gaan opent je ogen. Maar straks is dat alleen nog voorbehouden aan mensen die geld over hebben, niet aan mensen die wat minder te besteden hebben. Dat hadden ze zich in Den Haag niet echt gerealiseerd, gaven ze toe.”

## Betaalbaar verblijf voor iedereen

Om de prijzen niet direct door het dak te laten schieten, probeert Stayokay zelf ook wat van de kosten te slikken. “We kunnen gewoon niet alle oplopende kosten, van personeel, huur en inkoop, óók nog direct doorbelasten aan de gasten, want dat gaat zeker ten koste van de bezetting”, zegt Marijke. “Dus we moeten alles met een vergrootglas bekijken: we nemen ons product onder de loep, de investeringen die we willen doen, de bezetting. En we proberen te denken in oplossingen. Want het heeft geen zin om op je handen te gaan zitten en maar af te wachten.” Een oplossing zou kunnen zitten in het aantrekken van nieuwe doelgroepen. “We richten ons eerder vooral op jongeren, maar nu



Foto: Adrian Kuipers

spreken we alle gasten aan die ‘jong van geest’ zijn, waaronder gezinnen”, zegt Marijke. “We kijken nu of we ook nieuwe doelgroepen kunnen aanboren, mensen die ons nog niet goed weten te vinden, zoals vriendengroepen die er weer eens samen op uit willen.” Dat zou misschien de bezetting van de kamers op peil houden, maar het is uiteindelijk niet dé oplossing voor Stayokay, geeft Marijke aan. “We zijn in 1929 opgericht met de missie om mensen een betaalbaar verblijf te bieden. En dat staat nog steeds als doel in onze statuten. Maar budgetgevoelige mensen zijn echt de dupe van deze maatregel. We hebben wel de Stay4all Foundation opgericht, die bijdraagt aan een verblijf voor

**“Straks is eropuit gaan alleen nog voorbehouden aan mensen die geld over hebben”**

**Marijke Schreiner** is directeur van Stayokay. De organisatie biedt betaalbare overnachtingsmogelijkheden voor “iedereen die jong van geest is”. Er zijn 21 Stayokay-locaties in heel Nederland, met in totaal 4406 bedden, verdeeld over 960 twee-, vier- of zespersoonskamers. Er werken 760 (parttime) medewerkers voor Stayokay.

gezinnen die in armoede leven. De groep die daarvan gebruik moet maken om een verblijf te kunnen bekostigen, wordt steeds groter.” Marijke hoopt dat politici nog eens kritisch kijken naar de btw-verhoging die ervoor zorgt dat ‘betaalbaar verblijf’ alsnog onbetaalbaar dreigt te worden. “Want je gunt het toch iedereen om er even samen tussenuit te gaan?”

# “De sterke bedrijven blijven over en de rest gaat failliet”

Het is tijd dat de hospitalitysector zich goed laat horen, vindt Patrick Kerkhoven. Al jaren ziet hij hoe “impact op impact op impact” zorgt voor grote zorgen onder ondernemers. De btw-verhoging is de volgende klap daar bovenop. “We zijn al een van de duurder steden ter wereld. En de concurrentie wordt nog moordender.”

“Drama.” Dat is hoe Patrick Kerkhoven kijkt naar de btw-verhoging op logies. “Het gaat ervoor zorgen dat de inkomsten van hotels en vakantieparken enorm dalen. Een omzetverlies van dertig procent, zeggen verschillende onderzoeken die door de sector en de overheid zijn gedaan. Tel daarbij op dat de lonen, overige kosten en andere belastingen stijgen en je snapt waarom ik me grote zorgen maak. Het is impact op impact op impact.” Zeker nu veel ondernemers niet heel ruim in hun reserves zitten, is het volgens Patrick vragen om problemen. “Wij zijn een gezond bedrijf dat al 28 jaar bestaat en een deel van de inkomsten netjes opzijzet, maar we hebben al een behoorlijk bedrag moeten uitgeven om door de coronacrisis heen te komen”, legt hij uit. “Ik verwacht dat de btw-verhoging en stijgende kosten ons tenminste 40% gaan kosten.”

**“De impact is veel groter dan voor het hotelwezen alleen”**

## Helpt van de omzet verdwijnt naar anderen

“Bij verhoging van het btw-tarief naar 21%, gaat minimaal 51,5% van de omzet van hotels naar drie partijen,” legt Patrick uit. “De gemeente Amsterdam (toeristenbelasting), de overheid (btw) en OTA's, zoals Booking.com en Expedia.” Volgens Patrick houdt de exploitant minder dan de helft van de omzet over, waarvan nog de kosten voor bedrijfshuisves-

ting, personeel, schoonmaak en overige uitgaven betaald moeten worden. Vooral veel hotelexploitanten met gehuurd vastgoed zullen dan failliet gaan, voorspelt hij.

Patrick rekent voor: “De gemiddelde huurkosten in Amsterdam bedragen ongeveer 30% van de omzet. Er blijft dan nog 18,5% over voor loonkosten - die gemiddeld 25% van de omzet zijn - en andere kosten kunnen dan niet meer worden gedekt.

Doordat de meeste huurcontracten voor hotelexploitatie langlopend zijn en niet eenvoudig kunnen worden aangepast, zullen exploitanten eerst proberen te snijden in personeels- en andere uitgaven. Maar uiteindelijk zullen velen failliet gaan, omdat ze de lasten niet meer kunnen dragen.

Hiermee worden zowel werkgevers als werknemers de dupe van deze maatregel. Het verdienmodel komt op deze manier onacceptabel onder druk te staan. Dan kun je van ondernemers niet ook nog verwachten dat ze blijven investeren in zaken als verplichte verduurzaming.”

## Geen ruimte meer voor investeren

Patrick ziet de bezetting in de hoofdstad nu al dalen. Volgens hem komt dat onder meer door hogere belastingen en ontmoedigingscampagnes van de gemeente. “Zo'n vijftien jaar geleden ging het niet goed met de stad: er was veel leegstand en de gemeente vroeg ondernemers om alsjeblieft te investeren in de stad. Vijftien jaar later is het diezelfde

overheid die de hospitalitysector onder druk zet. Nu doet de gemeente er alles aan om het signaal af te geven: kom niet naar Amsterdam.”

## Hoogste toeristenbelasting van Europa

De toeristenbelasting in Amsterdam is in vijf jaar tijd verhoogd van 5% naar 7%, daarna naar 7% plus €3 per nacht, en inmiddels naar 12,5%. Volgens onderzoek van vakantieplatform Holidu rekt Amsterdam op dit moment de hoogste toeristenbelasting van Europa. Patrick: “Alsof dat nog niet genoeg is, voert de gemeente ook campagne om buitenlandse toeristen te ontmoedigen naar Amsterdam te komen. De btw op logies is in iets meer dan vijf jaar tijd verhoogd van 6% naar 9%, en wordt nu opgehoogd naar 21%.” “Als gevolg van deze opeenvolgende verhogingen,” zegt Patrick, “zullen wij als bedrijf lopende investeringen afronden, maar daarna een investeringsstop instellen. We kunnen niet bouwen op een overheid die keer op keer eenzijdige maatregelen neemt die tegen ons werken.”



Ook op personeel zal het bedrijf moeten besparen. “We hebben onder andere incheckzuilen aangeschaft, onze bedrijfsvisie aangepast en met veel leveranciers om tafel gezeten om efficiënter te kunnen werken. Alles om te zorgen dat we de keten aan het werk kunnen houden. Maar uiteindelijk zullen dit soort besluiten zeker niet ten goede komen van de werkgelegenheid in onze sector.”

**“De stijgende kosten en btw-verhoging gaan zwaar op ons verdienmodel drukken en ons minstens 40% kosten.”**

## Concurreren met andere steden

“Hoe kunnen we nou concurreren met andere Europese steden als Londen, Brussel of Parijs als de belastingen hier zo torenhoog zijn?” Ook voor de stad en de regio is dat een aderlating, vindt hij. Minder toeristen betekent ook minder bestedingen in musea, winkels en de regio. “De impact is veel groter dan het hotelwezen alleen. Hopelijk is het nog niet te laat en ziet de politiek in wat de gevolgen zijn, zodat we niet opnieuw voor de taak komen te staan om de stad en het land mee op te bouwen, zoals we dat enkele jaren geleden ook al hebben gedaan.”

**Patrick Kerkhoven** is operationeel directeur bij WIN Hotels in Amsterdam. WIN Hotels bestaat uit achttien drie- en viersterrenhotels in de hoofdstad, met samen zo'n 1400 kamers. Het is al 28 jaar een private onderneming, waarvoor zo'n 280 mensen werkzaam zijn.

# “Doorrijden naar Duitsland scheelt gasten dertig procent”

Voor ondernemers in de grensregio's is de btw-verhoging een heet hangijzer: concurreren met Duitsland en België wordt steeds lastiger. Toch kiest Rien Mol van Landgoed het Rheins in Twente ervoor om juist nu te investeren. “Je kunt dat maar beter doen als je er de marges voor hebt. En die hebben we over vijf jaar misschien niet meer.”

“We zitten hier vlakbij Duitsland. Binnen twintig minuutjes ben je de grens over. Veel mensen uit deze regio doen al boodschappen in Duitsland en ik vrees dat er volgend jaar ook steeds meer mensen uit het Westen zijn die denken: als ik een klein stukje doorrijd, scheelt me dat dertig procent op de prijs voor een vakantie. En dat heeft vooral met die btw-verhoging te maken.” Rien Mol is er zeker van: het gaat hem gasten kosten.

## Achterblijvende boekingen

Hoe groot de impact echt zal zijn, vindt hij lastig in te schatten. “Zo’n dertig procent van onze gasten is Duits en we merken dat de Duitse boekingen, die eerder altijd heel vroeg werden gedaan, nu een beetje achterblijven.” Ook andere boekingen voor volgend jaar zijn nog niet op het ‘normale’ niveau. “Ons dashboard zegt dat we acht procent achterlopen”, vertelt Rien. “En we moeten regelmatig het

btw-verhaal uitleggen, omdat mensen aangeven dat ze de prijzen zo hoog vinden.” Hij kan de vinger nog niet volledig op de zere plek leggen, geeft hij toe, maar hij vreest dus dat steeds meer gasten voor overnachtingen een alternatief zullen zoeken, net over de grens. “Wij hebben maar een relatief klein aantal vakantiewoningen, geen park vol huisjes”, zegt Rien. “Evenementen en bruiloften draaien bij ons gewoon door. Maar voor collega’s met vakantieparken in de regio zie ik het somber in. Van hen hoor ik dat ze zich zware zorgen maken. Hoe dichterbij de grens, hoe groter de zorgen. Niet alleen Duitse gasten zullen wegblijven, ook prijsbewuste Nederlanders, met name senioren, gaan wellicht andere keuzes maken.”

## “Hoe dichterbij de grens, hoe groter de zorgen”

### Investeren nu het nog kan

Rien spreekt van de zoveelste klap die ondernemers te verwerken krijgen. Toch weerhoudt dat hem er niet van om te investeren. “Juist niet”, zegt hij. “Mijn filosofie is om te investeren op het moment dat je voorzichtig zou moeten zijn. Juist als het minder dreigt te worden, moet je zorgen dat je vooruit kunt. Want als het slecht gaat, kun je anders helemaal niks meer.” Begin dit jaar vernieuwde hij de inrichting van de vakantiehuisen en investeerde hij in de horeca. “We wisten dat de inflatie eraan kwam en we weten dat we marge zullen verliezen de komende tijd. Misschien hebben we over vijf jaar veel minder middelen om te investeren. Als je gasten wilt blijven verrassen, moet je blijven vernieuwen. En dat kun je maar beter doen als je daar de marge voor hebt.” Hij kijkt door de btw-verhoging wel anders naar de toekomst van zijn bedrijf. “Het heeft zeker invloed op onze toekomstige bedrijfsvoering”, zegt hij. “We zijn een bedrijf dat altijd in ontwikkeling wil zijn en daar moet je geld voor hebben. We hoeven geen dikke vette winst te maken, maar we willen wel voor een gezonde bedrijfsvoering zorgen.

Nu moeten we water bij de wijn doen: als we de prijzen meteen twaalf procent hoger maken, vliegen we uit de bocht. We gaan daardoor inleveren op winstmarges en de vraag is of we in de toekomst nog kunnen blijven investeren. Wat natuurlijk ook een probleem is: als wij niet meer zoveel investeren of inkopen, heeft dat ook effect op de economie.”

## Belachelijke beslissing

Hij hoopt dat politici zich nog eens achter de oren gaan krabben. “Er zijn drie rapporten verschenen, van ABN Amro, Celth/Decisio en Significant die allemaal zeggen dat deze maatregel niets gaat opleveren. En ondertussen brengt het ondernemers in een lastige situatie én zorgt het ervoor dat toekomstige investeringen uitblijven of minder worden, waardoor de overheid ook geld misloopt. Ik vind het raar én belachelijk dat ze een regel doorvoeren waarvan ze al vanaf het begin weten dat die ondernemers pijn doet en niets zal opleveren.”



**Rien Mol** is eigenaar van Landgoed het Rheins in Enter, dat 25 jaar bestaat. Het landgoed bestaat uit zes vakantiehuisen (vier voor zes personen en twee voor tien personen), een horecabedrijf met groot terras, vergaderruimtes, een kinderboerderij en speeltuinen. De locatie leent zich perfect voor evenementen en bruiloften. Er zijn 42 medewerkers in dienst.



# “20 tot 25 procent van de hotels zal omvallen”

Investeren in (verplichte) verduurzaming, concurreren met Airbnb, rekening houden met inflatie en kostenstijging: voor de Amsterdamse hoteleigenaar Marcel Scheepstra is ondernemen steeds meer bijsturen in plaats van vooruitkijken. De btw-verhoging voelt als de zoveelste ‘boete’ die hij moet incasseren.

“We hebben te maken met een onbetrouwbare overheid”, begint Marcel Scheepstra. “Zeker in Amsterdam worden steeds halverwege de wedstrijd de spelregels veranderd, waardoor je als ondernemer eigenlijk geen langetermijnvisie kunt ontwikkelen om een bedrijf op in te richten.” De ondernemer verkocht in 2022 een hotel en investeerde de volledige overwaarde daarvan in verduurzaming van zijn IF Boutique hotel. “Ik voldoe daardoor aan alle verplichte milieuvoorwaarden, maar het voelt alsof ik nu weer een “vergroeningsboete” krijg, met die 21 procent btw op logies. Het is een rollercoaster die maar niet ophoudt.”

**“De kans dat je in Holland Casino iets wint, is groter dan de kans dat dit plan iets gaat opleveren”**

## Grote jongens zonder kleine gebaren

Zijn eigen hotel redt het wel, weet Marcel. “Ik heb geen hypotheek en ook geen personeelskosten, doordat ik heb geïnvesteerd in AI en technische vernuiftigheden die het hele reserverings- en incheckproces uit handen nemen.” Hij maakt zich wel grote zorgen over de invloed die de btw-verhoging zal hebben op de hele sector. “Zeker in de grensregio maak je hiermee een hele branche kapot. Ik denk dat daar de komende jaren de helft van de hotels in de verkoop gaat.” Er zullen overal hotels omvallen, gelooft Marcel. “Landelijk zal het gaan om 20 tot 25 procent van de hotels. En dan komen er weer grote

buitenlandse investeerders op af, vaak uit China, die de hotels opkopen. Die hebben andere normen en waarden als het gaat om beleving. Gastheerschap betekent dat je mensen wijst op een leuk restaurantje, dat je ze laat weten welk bootje ze moeten nemen als ze iets willen zien in de buurt. Daarom heb ik ook persoonlijk contact met gasten, via WhatsApp en lopen mijn kinderen vaak rond in het hotel. Als de ‘grote jongens’ meer hotels opkopen, verdwijnen dit soort kleine hospitality-dingen, en dat is juist wat wij zo belangrijk vinden in Nederland.”

Waar hij zich ook zorgen over maakt, is het effect dat de btw-verhoging heeft op andere uitgaven. “Uiteindelijk gaat in Nederland het hele btw-tarief omhoog. Ondernemers krijgen dan minder binnen, mensen gaan meer betalen en iedereen gaat dus bezuinigen”, verwacht hij. “Als ik voor mezelf spreek: ik doe maatschappelijke projecten voor jongeren die het thuis niet breed hebben. Ik vind dat bijna iedereen iets van zijn salaris zou kunnen missen om daarin te investeren. Maar als alles weer duurder wordt, zijn de goede doelen en sociale projecten juist de eerste zaken waarop bezuinigd wordt. Daarmee raak je de mensen die het nodig hebben, terwijl de overheid wil dat we meer naar elkaar omkijken.”

**“De ‘grote jongens’ gaan failliete hotels overnemen en daarmee gaat gastheerschap verloren”**



**“Van links tot rechts: iedereen die ik sprak in Den Haag was ervan overtuigd dat dit een slecht plan is”**

## Sneeuwbaaleffect

Marcel waarschuwt de politici voor de verdere gevolgen van dit beleid: “Deze maatregel lijkt een klein stuiterballetje, maar het is een sneeuwbal die steeds groter wordt en alles meesleept. Er komt ellende van. Als de prijzen stijgen, moet het minimumloon straks ook weer omhoog, anders kan Jan Modaal de vakantie niet meer betalen. Terwijl: er is niks mis met het minimumloon, er is iets mis met de prijzen, met de hoge btw die we straks overal op gaan krijgen. Daarmee raak je weer de onderkant van de samenleving.”

Hij ziet in dat een nieuw kabinet financiële tekorten moet aanvullen, maar gelooft niet dat dit de manier is. Hij was eerder in Den Haag om in gesprek te gaan over de plannen en merkte dat hij daarin niet alleen staat. “Van links tot rechts: iedereen die ik sprak was ervan overtuigd dat dit een slecht plan is”, vertelt hij. “Het Centraal Planbureau beaamt dat. Maar er is één politicus die het groene vinkje achter zijn naam wil hebben en dit plan erdoor wil duwen. Ik krijg het gevoel dat het gaat om de ego’s van de carrièrejagers in Den Haag en niet om de

ondernemers.” Hij heeft dan ook een advies aan politici: “Ga eens écht in de schoenen van de ondernemer staan en ondervind eens waar wij mee te maken krijgen. Zou je het dan echt nog steeds een goed idee vinden?” Ook biedt hij een kleine opening voor coulance van zijn kant. “Als het echt moet, maak dan in elk geval een uitzondering voor de hotels in de grensgebieden en voor seizoensbedrijven. Het zou doodzonde zijn als deze bedrijven, vaak familiebedrijven, omvallen. En voor Amsterdam geldt: schakel in dat geval de valse concurrentie van Airbnb uit, zoals in Barcelona en Parijs. Dat heeft ook een positief effect op de doorstroom voor starters én de drukte in Amsterdam. Maar ik heb er een hard hoofd in dat dat gaat gebeuren.”

**Marcel Scheepstra** is eigenaar van IF Boutique hotel in Amsterdam. Om de gasten van de 17 kamers te bedienen, maakt hij gebruik van “technische vernuiftigheden” en AI, waardoor hij geen medewerkers in dienst heeft. Housekeeping besteedt hij uit aan een externe partij, zijn kinderen draaien mee in het hotel en het contact met gasten heeft hij zelf, via WhatsApp.



## “Collega’s: we maken niet genoeg geluid”

De onzekerheid rondom de btw-verhoging op logies blijft groot. Camille Oostwegel vindt het tijd voor actie. “Wat mij betreft gaan we op het Malieveld staan, dan hoort de politiek ons wel.”

“Wij zijn een Limburgs familiebedrijf”, vertelt Camille Oostwegel. “Mijn vader richtte het 45 jaar geleden op en ik nam het op 1 januari 2020 over. Het behoud en de openstelling van de Rijksmonumenten is voor ons heel belangrijk. De impact van de btw-verhoging is voor ons nu vooral nog intern voelbaar. Er is veel onzekerheid, ongeloof en onbegrip dat de politiek dit gaat doen. Eerlijk gezegd? Wij kunnen er met ons hoofd niet bij. Uit alle studies die gedaan zijn blijkt dat dit een heel slecht idee is.”

**“Onze concurrentiepositie met Duitsland en België verslechtert drastisch”**

### Op het Malieveld staan

Camille benadrukt dat het niet alleen impact heeft op hotels of bezoekers. “De hospitality kreeg veel op zijn dak de laatste jaren. Eerst COVID, maar het waren niet alleen

**“De btw-verhoging is een enorme klap voor ondernemers én hun toeleveranciers”**

die zichtbare maatregelen. Denk aan de cao-verhogingen. Dat is natuurlijk goed voor onze mensen, maar dat moet ook ergens vandaan komen. Daarnaast kregen we te maken met verhogingen op de energielasten én de subsidies op instandhouding van monumenten zijn teruggeschroefd. Alles steeg, maar de betalingsbereidheid groeide niet met die percentages mee. Het houdt een keer op. Ik denk dat de verhoging een enorme impact gaat hebben op de hotelier, maar ook op de toeleveranciers. De groothandel of lokale groenteboer merkt het ook als de omzet terugloopt bij de hotels. En daarnaast is het een enorme verslechtering van de concurrentie, zeker aan de grens. In Duitsland en België is de btw al vele malen lager, zelfs lager dan de huidige negen procent.” Bij communicatie rondom de btw-verhoging ligt de focus vaak op prijsstijgingen in duurdere hotels, merkt Camille. Maar hij benadrukt dat het net zoveel impact heeft op één-sterrenhotels. “Het gaat je raken, wat je budget ook is. Iedereen die weleens in een hotel overnacht gaat dit merken. Het is onzorgvuldig en onverantwoord. Ondernemers denken al snel ‘we gaan gewoon door en dealen ermee’, maar het is de zoveelste verhoging die we voor onze kiezen krijgen. Wij als ondernemers maken niet genoeg geluid. Het is tijd om met elkaar op het Malieveld te gaan staan. Het mkb is de motor van de Nederlandse economie. Het domino-effect van deze maatregel wordt onderschat. We moeten ons laten horen.”

### Niet te dragen

Om de aansluiting met de Euregio te houden moeten hotels in de grensprovincies naar verwachting in gaan leveren. “Zoals de meeste professionele hotels hebben wij ook een dynamisch prijsbeleid. Mijn zorg is dat

we twaalf procent van het resultaat op logies verliezen. De betalingsbereidheid en prijs-sensitiviteit zit op een bepaald punt, in ons segment is dat zichtbaar maar ook in andere segmenten. Op deze manier raken we de gasten. En dat is, hoe je het ook benadert, de schuld van de overheid. Deze verhoging verdwijnt niet in de portemonnee van de ondernemer, maar loopt direct weg. Gasten gaan kritischer kijken naar waar ze verblijven.”

Vanuit welke hoek je de btw-verhoging ook benadert, volgens Camille blijft het een slecht idee. “Als je voor tien of vijftien procent minder kunt verblijven net over de grens, dan moeten we in gaan leveren om aansluiting te houden. Dat willen én kunnen we niet. Het valt simpelweg niet te dragen. Dat is wat ik ze graag wil uitleggen in Den Haag, samen met mijn collega-ondernemers.”



**Camille Oostwegel** is eigenaar en algemeen directeur van Oostwegel Collection, bekend om drie bijzondere vijfsterrenhotels in Limburg, alle gevestigd in rijksmonumenten: Château St. Gerlach, Château Neercanne en het Kruisherhotel Maastricht. De drie huizen zijn stevig verankerd in de regio en trekken zowel Nederlandse als buitenlandse gasten. In totaal werken er 329 medewerkers binnen de groep: 187 bij Château St. Gerlach (inclusief hoofdkantoor), 67 bij Château Neercanne en 75 bij het Kruisherhotel.

# Ondernemen met KHN. Dat werkt.

## Koninklijke Horeca Nederland

Postbus 566  
3440 AN Woerden  
Wipmolenlaan 1  
3447 GJ Woerden

T 0348 48 94 89  
E [info@khn.nl](mailto:info@khn.nl)  
[www.khn.nl](http://www.khn.nl)



Bezoek ons ook op:



[www.khn.nl](http://www.khn.nl)