



Aan de partijen aan de informatietafel/-formatietafel

c.c.

Aan de fractievoorzitters van de Tweede Kamer

Aan de leden van de Tweede Kamer in de

- Vaste Commissie voor Financiën
- Vaste Commissie voor Onderwijs, Cultuur en Wetenschap (OCW)
- Vaste Commissie voor Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS)
- Vaste Commissie voor Economische Zaken en Klimaat (EZK)

Houten, 17 januari 2024

Geachte lezer,

Namens een brede coalitie van bedrijven die evenementen en andere dagrecreatieve activiteiten organiseren waarvoor tickets worden verkocht, doen wij een klemmend beroep op u om het lage btw-tarief te behouden.

Wat bindt deze partijen in het kader van de btw?

Ondernemers, bedrijven en instellingen die onder Wet op de omzetbelasting 1968, sub b lid 14, 15 en 17 vallen, rekenen allen het lage btw tarief voor toegang, vermaak, tentoonstelling, uitvoeringen en optreden.

In de wet staat¹:

14. **het verlenen van toegang tot:**

a. **circussen;**

b. **dierentuinen;**

c. **openbare musea** of verzamelingen, daaronder begrepen nauw daarmee samenhangende leveringen van goederen, zoals catalogi, foto's en fotokopieën;

d. **muziekuitvoeringen** en **toneeluitvoeringen**, daaronder begrepen opera's, operettes, dansen, pantomimes, revues, musicals en cabarets, alsmede **lezingen**, met uitzondering van peepshows en andere optredens die primair zijn gericht op erotisch vermaak;

e. **bioscopen;**

f. **sportwedstrijden**, sportdemonstraties en dergelijke;

g. **attractieparken, speel- en siertuinen**, en andere dergelijke primair en permanent voor vermaak en **dagrecreatie** ingerichte voorzieningen;

15. de diensten van exploitanten van reizende inrichtingen voor vermaak op **kermissen;**

17. het **optreden door uitvoerende kunstenaars;**

Deze coalitie van bedrijven is van mening dat een verhoging van het btw-tarief een ondoordacht en slecht plan is:

- De gewone Nederlander betaalt de rekening van deze verhoging. Een btw-verhoging zal in vrijwel alle gevallen één-op-één worden doorberekend aan de consument. Die verhoging komt al op de reeds gestegen toegangsprijzen die het gevolg zijn van inflatie/energieprijzen en de kostenstijgingen op het gebied van personeel en materialen. De financiële speelruimte is, zo

¹ dikgedrukte accenten door ons aangegeven



vlak na de coronaperiode, te beperkt om deze prijsstijging op te vangen. De drempel om evenementen en overige dagrecreatieve activiteiten te bezoeken wordt daardoor steeds hoger.

- Wij bieden iedereen (van jong tot oud en mensen met alle mogelijke achtergronden en interesses) ontmoeting, verbinding, verbeelding en ontspanning. Dit draagt in belangrijke mate bij aan een geluksgevoel en is daarmee zeer bevorderlijk voor de geestelijke gezondheid.
- Het btw-tarief is omlaag gebracht omdat de kosten van arbeid door een aantal overheidsmaatregelen sterk waren gestegen (zie voor verdere uitleg daarbij bijlage 1). Die kosten, alsook materiaalkosten, zijn onverminderd hoog. Een verhoging van de btw zet de financiële haalbaarheid van onze activiteiten enorm onder druk.
- Een btw-verhoging leidt tot minder kaartverkoop; dit leidt vervolgens tot verschraving en banenverlies in de keten, iets dat nadrukkelijk ook de leefbaarheid in regio's treft. De lokale en regionale economische spin-off van onze activiteiten is enorm; denk aan horeca, overnachtingen, bezoek aan retail, parkeergelden etc.
- We zijn als branche heel breed en divers. Van musea tot kermissen, van sportwedstrijden tot attractieparken en van popconcerten tot het circus. De Nederlandse samenleving wordt dan ook breed geraakt.
- Een btw-verhoging tast de verdien capaciteit van de ondernemers in onze sectoren aan, evenals het vermogen te investeren in verduurzaming en toekomstig bestendig maken van de activiteiten.
- Afschaffen van het verlaagd btw-tarief schaadt de concurrentiepositie van Nederlandse ondernemers ten opzichte van hun buitenlandse collega's. Het btw-percentage in de ons omringende landen (België: 6%, Duitsland: 7%) en in het overgrote deel van Europa is immers een stuk lager dan bij ons (zie voor verdere uitleg daarbij bijlage 1).

Het moge duidelijk zijn: de kaartverkoop van evenementen en dagrecreatieve activiteiten wordt terecht belast tegen het lage btw-tarief. Een eventuele verandering baart ons ernstige zorgen en raakt onze sector in ons voortbestaan.

Hoogachtend,

Jolanda Jansen (Alliantie van Evenementenbouwers)
Karin Kuiper (Club van Elf)

Contact via: Willem Westermann (Alliantie van Evenementenbouwers)
info@evenementenbouwers.org

bijlagen:

Bijlage 1: Meer over de lage btw in onze sector en het belang daarvan
Bijlage 2: Een korte schets van de sector



**alliantie van
evenementen
bouwers**



Over de Alliantie van Evenementenbouwers

De Alliantie van Evenementenbouwers (www.evenementenbouwers.org) is een brede vertegenwoordiging van de sector van sport, entertainment, cultuur en ontspanning in Nederland: van festivals tot kermissen, van concerten tot circussen, en van musicals tot voetbalwedstrijden. Wij vertegenwoordigen de hele keten: organisatoren, locaties, freelancers, toeleveranciers en sportbonden.

Voor een overzicht van de deelnemende (branche)organisaties verwijzen we u naar: <https://evenementenbouwers.org/deelnemers/>

Over de Club van Elf

De Club van Elf wordt gevormd door 23 toonaangevende, professioneel geleide attractieparken, dierentuinen, musea en stadsattracties die bijdragen aan het welzijn van iedereen in Nederland. Wij ontvangen jaarlijks 25 miljoen enthousiaste bezoekers en hebben samen ruim 10.000 betrokken medewerkers.

Zie <https://www.clubvanelf.nl/#overons>



Bijlage 1: Meer over de lage btw in onze sector en het belang daarvan

1. Het lage btw-tarief voor toegang tot muziek- en toneelvoorstellingen (1997 en nu)

In 1997 is het verlaagde btw-tarief voor muziek- en toneelvoorstellingen ingevoerd om de hogere kosten van de Arbeidstijdenwet te compenseren. Het was niet de bedoeling dat de toegangsprijzen omlaag zouden gaan, het voordeel moest bij de aanbieders terecht komen.

Deze kosten zijn sindsdien niet afgenomen maar juist toegenomen. Het zou vreemd zijn om de compensatie eenzijdig weg te nemen.

Dit verlaagde btw-tarief is, ook momenteel:

- Doeltreffend, want het lagere btw-tarief leidt tot compensatie voor de hogere kosten
- Doelmatig, want met het lagere btw-tarief wordt het beoogde doel bereikt
- Efficiënt door zijn lage uitvoeringslasten en door iedereen direct toe te passen
- Niet inwisselbaar: alternatieven, zoals subsidies, zijn veel bewerklijker en leiden daarmee tot veel hogere uitvoeringslasten, naast dat niet iedereen daarmee bereikt zal worden.

2. Invoering voor het laag btw-tarief voor het optreden door uitvoerende kunstenaars (2002)

Optredende artiesten moesten tot 2002 het algemene btw-tarief in rekening brengen. Dat was meestal geen probleem omdat de opdrachtgever btw-plichtig is en daarom de berekende btw als voorbelasting kan terugvragen. Maar het is wel een probleem als de opdrachtgever onder een btw-vrijstelling valt, zoals scholen, ziekenhuizen, buurthuizen, ouderencentra en dergelijke. En per 2002 werd deze vrijstelling voor educatie juist uitgebreid.

Daarom werd in 2002 'het optreden door uitvoerende kunstenaars' onder het verlaagde btw-tarief gebracht, zodat het btw-nadeel kleiner werd.

Dit is niet veranderd sinds 2002, dus afschaffen van het verlaagde btw-tarief zou een financieel nadeel voor deze artiesten óf voor de vrijgestelde opdrachtgevers betekenen. Dat zal leiden tot minder activiteit en daarmee minder werkgelegenheid.

Daarmee zou ook de Fair Practice betaling aan de kunstenaars in gevaar komen.

Dit verlaagde btw-tarief is:

- Doeltreffend, want het lagere btw-tarief leidt er toe dat optredende artiesten niet te duur worden voor scholen, ziekenhuizen, buurthuizen, ouderencentra en dergelijke en kunnen zij blijven optreden en hun inkomen behouden;
- Doelmatig, want met het lagere btw-tarief wordt het beoogde doel bereikt
- Efficiënt, want door iedereen zelf toe te passen
- Niet inwisselbaar: alternatieven, zoals subsidies, zijn veel bewerklijker en zorgen voor hogere lasten.



3. Herinvoering van het lagere btw-tarief per 1 juli 2012

Per 1 juli 2011 was het lagere btw-tarief afgeschaft voor de podiumkunsten door het kabinet Rutte-I met gedoogsteun van de PVV. Dat vond dat de cultuursector teveel gesteund werd en het lagere btw-tarief hoorde daarbij.

Toen dat kabinet viel, wilden D66 en PvdA wel steun geven, maar één van de voorwaarden was dat het lagere btw-tarief weer terug moest komen. Alexander Pechtold zei hierover: “Cultureel gezien was het een adering voor de Nederlandse beschaving”.

4. Waarom prijselasticiteit niet relevant is in deze discussie

In het evaluatierapport en in eerdere rapporten gaat het vaak over de prijselasticiteit van de podiumkunsten. Het gaat er dan om in hoeverre de bezoeker wegblijft als de kaartprijs omhoog gaat.

Dit is echter in de praktijk geen reëel aspect bij de discussie over het verlaagde btw-tarief. Op de markt voor de podiumkunsten (1) worden de prijzen door vraag en aanbod bepaald en (2) speelt de toegankelijkheid van voorstellingen een grote rol. Als de prijs omhoog zou kunnen zonder teveel vraaguitval, zou een podiumkunstaanbieder dat sowieso doen, want dat geeft per saldo een hogere opbrengst. Daar speelt de btw geen rol bij, ook niet voor de bezoeker. Tevens willen veel theaters en concertzalen de prijzen voor bepaalde voorstellingen relatief laag houden, zodat ook mensen met minder inkomen kunnen komen kijken. Ook daarbij speelt de btw geen rol.

En dit geldt voor vrijwel alle dagattracties: de financiële toegankelijkheid moet geborgd blijven zodat iedereen kan genieten van een dagje uit.

In onze sector is de btw gewoon een kostenpost, die van de kaartopbrengst moet worden afgedragen.

Bij het verlaagde btw-tarief van 9% zijn deze kosten lager en houdt de aanbieder meer over dan bij het algemene btw-tarief van 21%. Die netto-opbrengst bepaalt hoeveel het theater of de concertzaal aan de artiesten kan betalen en hoeveel risico met voorstellingen kan worden genomen. Door een hoger btw-tarief blijft er netto minder over, zullen de artiesten slechter worden betaald en zal er minder worden geprogrammeerd. Dat betekent afname van economische activiteit en daardoor minder werkgelegenheid.

Met het verhogen van het btw-tarief op podiumkunsten wordt er geld uit de markt gehaald door de overheid. Hogere btw is altijd een nadeel, want de prijs inclusief btw wordt bepaald door de markt en niet door het btw-tarief.

5. Andere landen van de EU

Een verlaagd btw-tarief is een optie in Bijlage III bij de EU Richtlijn 2006/112/EU. Het wordt voor podiumkunsten als volgt in de EU-lidstaten gebruikt:



België	6%	Hongarije	5%	Oostenrijk	13%
Bulgarije		Ierland	9%	Polen	8%
Cyprus	5%	Italië	10%	Portugal	
Denemarken	vrij	Kroatië	5%	Roemenië	5%
Duitsland	7%	Letland	vrij	Slovenië	9,5%
Estland		Litouwen		Slowakije	
Finland	10%	Luxemburg	3%	Spanje	10%
Frankrijk	5,5%	Malta	5%	Tsjechië	10%
Griekenland	6%	Nederland	9%	Zweden	6%

Van de 27 EU-lidstaten hebben dus slechts 5 gekozen om podiumkunsten te belasten met het 'normale', hogere btw-tarief, namelijk Bulgarije, Estland, Litouwen, Portugal en Slowakije.

Cultureel vergelijkt Nederland zich meer met België, Duitsland, Frankrijk, Italië, Oostenrijk, Spanje en Zweden. Die landen passen allen het lagere btw-tarief toe op podiumkunsten.



Bijlage 2: Een korte schets van de sector

Geschiedenis

De branche van publieksevenementen is ontstaan in de jaren '60 en '70 van de vorige eeuw, met de opkomst van voornamelijk grotere (pop)concerten en festivals. Sindsdien is de branche gedurende een halve eeuw structureel gegroeid.¹

De Club van Elf is in het begin van de jaren zeventig ontstaan toen – onder druk van de energiecrisis en de autoloze zondagen – de vooruitzichten voor de dagattractiebedrijven enorm in het gedrang kwamen. Vanuit een protestbijeenkomst in Den Haag ontstond de behoefte bij toenmalige directeuren van grote dagattracties, veelal ook eigenaren, om met elkaar contact te houden. Dit waren toen elf bedrijven. Vandaar de naam. De bedrijven hebben sinds de oprichting een bijdrage geleverd aan de bewustwording van het belang dat toerisme -met name dagtoerisme en binnenlands toerisme – heeft voor ons land.

Creatief en innovatief

Wij zijn een toonbeeld van creativiteit en innovatie², met een enorm internationaal aanzien, en een belangrijk exportproduct.³ Niet voor niets vallen wij als branche onder de Topsector Creatieve Industrie van het Ministerie van Economische Zaken.

Gastvrijheid, veiligheid en duurzaamheid

Wij zijn al decennia gewend om grote groepen mensen te ontvangen. Wij zijn dan ook experts op het gebied van crowd management, en (publieks)veiligheid. Ook hebben we al sinds jaar en dag oog voor duurzaamheid en ontwikkeling.⁴

Culturele ondernemers - gastvrijheidsondernemers

Wij zijn ondernemers die van hun passie hun werk hebben gemaakt. Onze internationale positie hebben wij op eigen kracht bereikt. Wij zijn gewend om de eigen broek op te houden en leunen veelal niet op de overheid voor structurele subsidies. Wij zijn overwegend geen onderdeel van de BIS of andere structuren.⁵

Het economisch belang van de sector

Evenementen zijn op zichzelf staand goed voor een omzet van 7,4 miljard euro per jaar.⁶ Deze omzet is voornamelijk opgebouwd uit ticketinkomsten, horeca-omzet, en overige inkomsten (parkeergelden, sponsorinkomsten etc.). In de eventensector werken ruim 100.000 mensen.

De leden van de Club van Elf ontvangen jaarlijks 25 miljoen bezoekers en zorgen jaarrond voor een meer structurele omzet van zo'n 750 miljoen.

De voornoemde omzet is echter nog exclusief de enorme spin-off van deze evenementen voor de lokale economieën. Publieksevenementen, dagrecreatie en zakelijke ontmoetingen dragen in belangrijke mate bij aan de economische betekenis en groei van Nederland, zowel direct als in de spin-off naar de omgeving waar we verblijven.

Die spin-off is doorgaans minstens het drievoudige van de ticketinkomsten.⁷ Het totale economische belang van de branche zal dus rond de 25 miljard euro per jaar liggen. Evenementen zijn een belangrijke motor voor de lokale economie.



Het maatschappelijk belang – de mentale volksgezondheid

Maar naast het economische aspect zijn evenementen minstens zo belangrijk voor het ervaren van geluk. Voor ontplooiing, verbeelding, verbinding, verbroedering, saamhorigheid, en ontspanning. Dit zijn, naast fysieke gezondheid, essentiële levensbehoeftes. Momenten, herinneringen en live ervaringen beleef, deel en maak je samen.

Onze sector biedt een veilige plek aan mensen, waar ze zichzelf kunnen zijn. Waar ze kunnen genieten en plezier hebben. Dit leidt aantoonbaar tot een groter geluksgevoel en draagt daarmee bij aan een goede geestelijke gezondheid.⁸

Het bovenstaande werd nog eens bevestigd in verschillende onderzoeken die tijdens en na afloop van de Coronaperiode onder jongeren zijn gedaan. De mentale gezondheid van jongeren is gedurende de Coronaperiode sterk achteruitgegaan, onder andere omdat jongeren niet met elkaar konden samenkomen op evenementen en anderszins.⁹

Politiek, overheid en branche hebben dus de gezamenlijke taak om ervoor te zorgen dat deze sector zich blijvend kan ontwikkelen.

Net weer op kracht aan het komen

Wij brengen de gehele samenleving samen en zorgen voor verbinding en mooie herinneringen. Het belang voor de mentale gezondheid is evident. Maar: wij hebben het extreem moeilijk gehad gedurende de Coronaperiode. Wij moesten dicht en zijn met afstand het hardst geraakt van alle sectoren in Nederland. We hebben twee jaar op slot gezeten. En zijn dus net weer aan het herstellen.



Noten

¹ Zie bijvoorbeeld de ontwikkeling van de kunst- en cultuurfestivals in de periode 1980-2020, op het factsheet van onderzoeksbureau Respons: <https://respons.nl/wp-content/uploads/2021/01/Factsheet-Festival-Monitor-2020.pdf>.

Zie het rapport Kerncijfers Zakelijke Markt 2021 van het NBTC:

<https://www.nbtc.nl/nl/site/kennisbank/zakelijk-toerisme/kerncijfers-zakelijke-markt-2021.htm>

² Denk aan productinnovaties als Mojo Barriers, de polsbandjes van Dutchband, de Kros-units en opklapbare bierbanken van LOC7000, de composteerbare producten in de catering, de beter beschermende oordoppen met muziekfilter, maar ook toonaangevende producties als het Eurovisie Songfestival, en (tijdens COVID) digitale versies van Defqon, Mysteryland, Lowlands, Vrienden van Amstel, Le Guess Who, Larger than Live etc.

³ Denk aan de internationale successen van o.a. Sensation en DGTL, van Nederlandse DJ's.

⁴ Zie bijvoorbeeld <https://www.change.inc/energie/lowlands-verduurzaamt-met-gigantisch-zonnepark-boven-parkeerplaatsen-33219>

⁵ De financiering van de culturele Basis Infra Structuur. Er zijn slechts enkele festivals die hier een deel van hun financiering kunnen vinden.

⁶ Onderverdeeld in 2,2 mld. publieksevenementen en 5,2 mld. zakelijke evenementen. Onderzoeksbureau Respons: 'Impact COVID-19 op zakelijke evenementen en publieksevenementen 2020-2021'.

⁷ Internationaal onderzoek van het gerenommeerde onderzoeksbureau Oxford Economics toont aan dat bij het bezoeken van evenementen in een andere plaats dan de woonplaats van de bezoeker, tegenover iedere 100 Dollar aan ticketinkomsten een bedrag van 342 Dollar voor de lokale economieën staat. Zie <https://www.oxfordeconomics.com/recent-releases/livemusic>

⁸ If you're happy and you know it: Music engagement and subjective wellbeing. M.K. Weinberg & D. Joseph, Deakin University, Australia: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0305735616659552>

⁹ <https://www.rivm.nl/nieuws/jongeren-door-coronaperiode-belangrijk-deel-van-mijn-leven-gemist> en <https://nos.nl/artikel/2428330-lockdown-trof-mentale-gezondheid-jongeren-veel-ouderen-voelden-zich-juist-goed>