Open brief aan de Amsterdamse gemeenteraad en het college van burgemeester en wethouders (november 2026)

Zeer geacht gemeentebestuur,

"Amsterdam, er is geen stad die ook maar even aan je tippen kan." In 1935 componeerde Max Tak deze ode aan Amsterdam. De meeste mensen kennen het in de uitvoering van Willy Alberti in de jaren 60. Vandaag de dag is het nog vaak te horen, onder andere in medleys die Mokum, de Jordaan en de Westertoren bezingen.

Amsterdam is één van de mooiste steden ter wereld. Daarnaast zijn er weinig steden die op zo'n relatief klein oppervlak zoveel te bieden hebben aan cultuur, musea, gastronomie, evenementen, winkels en uitgaansleven. Wie komt wonen in Amsterdam, voelt en noemt zichzelf al snel Amsterdammer. En het is niet vreemd dat zoveel mensen vanuit het hele land en zelfs de hele wereld Amsterdam willen bezoeken. Al is het maar één keer in je leven.

Wij zijn trots op Amsterdam. De populariteit van onze stad brengt uitdagingen mee die elders minder spelen. Volle straten, afval, druk op de openbare ruimte en het openbaar vervoer. Veel toeristen doen een dagje Amsterdam. Veel hotelgasten blijven wat langer.

Soms is het druk in Amsterdam, op sommige plekken soms zelfs heel druk. Drukte is niet hetzelfde als overlast. SAIL Amsterdam, World Pride, internationale vakbeurzen zoals de mediabeurs IBC en medische congressen zoals het ERS longcongres in de RAI zijn succesvolle en maatschappelijk relevante evenementen die onze stad internationaal op de kaart zetten. Ze zorgen voor drukte, maar niet of nauwelijks voor overlast.

Wij vinden dat bezoekers een bijdrage mogen leveren aan de stad waarvan zij genieten. Bijvoorbeeld via de toeristenbelasting. Het College wil de toeristenbelasting verhogen van 12,5 procent naar 16 procent in 2027 en vervolgens naar 20 procent in 2031. Omdat sinds 1 januari 2026 een btw-tarief van 21 procent op hotelovernachtingen geldt, komt de gezamenlijke fiscale opslag daarmee op een adembenemende 41 procent van de kamerprijs. Dat zal het totale aantal bezoekers niet verminderen. Het zal er wel voor zorgen dat bijvoorbeeld congresgangers minder in Amsterdam overnachten, net als andere zakelijke bezoekers. Met alle negatieve gevolgen van dien.

Waar hebben we het over?

Hier heeft O&S onderzoek naar gedaan: Amsterdam had in 2024 naar schatting ruim 14 miljoen unieke dagbezoekers. Sommige dagbezoekers hebben niet één, maar meerdere bezoeken gedurende 2024 aan Amsterdam gebracht. Het totaal aantal dagbezoeken bedroeg daardoor in 2024 bijna 27 miljoen. Ook waren er in de stad bijna 10 miljoen verblijfsbezoekers. De verblijfsbezoekers bleven gemiddeld 2,36 nachten in Amsterdam en zorgden in 2024 voor in totaal bijna 23 miljoen overnachtingen. (Onderzoek & Statistiek Gemeente Amsterdam, 31 juli 2025)

Onbedoelde gevolgen

Zowel in de evenementenwereld, als in de culturele sector wordt de hoge toeristenbelasting gevreesd. Minder bezoekers aan bijvoorbeeld musea zorgt voor aanmerkelijk minder opbrengsten, wat catastrofaal zal zijn voor de sector. Voor culturele instellingen, poppodia, congressen en evenementen is een hotelovernachting onderdeel van de productiekosten. (Inter)nationale uitwisseling en programmering horen tot hun kerntaken. Artiesten, makers, technici, sprekers, delegaties en internationale partners overnachten ook in de stad. Een hoger tarief werkt daardoor door in productiebudgetten en toegangsprijzen. De hotelrekening is het eerste steentje. Daarna volgen keuzes over locaties, omvang en programmering, en uiteindelijk de vraag of een congres of evenement nog in Amsterdam plaatsvindt. Die keten raakt vervolgens lokale leveranciers, werkgelegenheid, het aanbod, en gemeentelijke inkomsten. Die gevolgen treffen ook Amsterdammers. De verhoging van de toeristenbelasting heeft dus veel verdergaande effecten dan uit het voorstel van het College blijkt.

Daarom vragen wij de gemeenteraad om kritisch te kijken naar de verhoging van de toeristenbelasting.

Als het doel van beleid is om overlast te verminderen, moet een maatregel aantoonbaar effect hebben op de hoeveelheid bezoekers, het moment waarop zij komen, de plaats waar zij zich bevinden en vooral hun gedrag.

Een hogere belasting op een hotelovernachting doet geen van die vier dingen rechtstreeks. Daarmee dreigt een merkwaardige beleidsparadox.

Wanneer een hogere prijs ertoe leidt dat een bezoeker voortaan buiten Amsterdam overnacht, is die bezoeker niet verdwenen uit Amsterdam. Die komt nog steeds overdag naar de binnenstad, maar geeft daar dan per saldo minder geld uit, wat grote gevolgen heeft voor aanbieders van cultuur, evenementen en horeca. Amsterdam prijst zich zo op de verkeerde manier de markt uit. Kortzichtig effect overschaduwt verstandige strategie voor de lange termijn.

Kort gezegd: door deze maatregel zal de drukte niet verminderen. De inkomsten voor de stad en de Amsterdamse economie zullen wél significant dalen; kosten voor evenementen zullen stijgen. Met gevolgen voor aanbod en werkgelegenheid. Dat kan niet de bedoeling zijn.

Gezamenlijk belang

Wij schrijven deze brief als organisaties die dagelijks met bezoekers werken: instellingen als musea, poppodia, hotels, restaurants, congres- en evenementenorganisaties, detailhandel, cafés en andere bedrijven en plekken die samen de hoeksteen van de Amsterdamse stadseconomie vormen.

Er spelen uiteraard ook zakelijke belangen. Hotels willen gasten ontvangen, culturele instellingen willen publiek bereiken, horeca wil bezoekers verwelkomen en de RAI en Beurs van Berlage willen congressen in Amsterdam hosten. Maar het belang is uiteindelijk veel breder.

Onze medewerkers wonen in deze stad. Onze organisaties maken deel uit van de Amsterdamse samenleving. Wij hebben er belang bij dat Amsterdam schoon, veilig, leefbaar en aantrekkelijk blijft. Voor bezoekers, maar nog veel meer voor de mensen die hier wonen en werken. Wij houden van deze stad en willen samenwerken om de leefbaarheid te behouden en de stad cultureel en economisch te versterken.

Wat vragen wij?

Wij vragen de gemeenteraad om de automatische stap naar 20 procent niet zomaar vast te leggen, zonder heel goed naar alle, ook de onbedoelde, gevolgen te kijken.

Voordat verdere verhogingen worden doorgevoerd, zou onafhankelijk moeten worden onderzocht wat de combinatie van de landelijke btw-verhoging en de hogere Amsterdamse toeristenbelasting daadwerkelijk betekent in de gehele keten. Welke gevolgen dit gaat hebben, niet alleen op het aantal overnachtingen, maar ook op de stedelijke economie, het aanbod en de gemeentelijke belastinginkomsten.

Maak de bijdrage van bezoekers eerlijker en gerichter

Wij geloven dat bezoekers meer mogen bijdragen, op een manier die aansluit bij de kosten en de overlast die zij daadwerkelijk veroorzaken. Daarom stellen we drie concrete richtingen voor.

1**. Maak zichtbaar wat bezoekers bijdragen**
Reserveer in de gemeentebegroting een vast en herkenbaar deel van de bezoekersgerelateerde inkomsten in een Amsterdams Bezoekersfonds. Gebruik dit fonds voor toegankelijkheid van evenementen (via de Stadspas bijvoorbeeld), extra reiniging, handhaving, beheer en maatregelen die overlastgevend gedrag aanpakken.

2. Beloon gedrag dat de stad helpt
Ontwikkel prikkels voor langer verblijf, bezoek buiten de piekuren en buiten de drukste gebieden.

3. Richt een Amsterdamse Raad voor de Bezoekerseconomie op
Breng bewoners, gemeente, hotels, culturele instellingen, congresorganisatoren en -faciliteiten, horeca, detailhandel, evenementenorganisaties en vervoerders structureel bij elkaar.

Wat bieden wij?

Onze organisaties zien ieder een ander deel van de bezoekerseconomie. Die kennis willen wij bundelen en met de gemeente delen. Wij kunnen gegevens beschikbaar stellen, agenda's en bezoekerscommunicatie beter afstemmen en meewerken aan gerichte pilots rond drukte, afval, mobiliteit en gedrag.

De hogere hotelrekening is het eerste steentje in een langere keten. Daarna volgen keuzes over congreslocaties, productiebudgetten, internationale programmering en toegangsprijzen. Vervolgens worden lokale bestedingen, werkgelegenheid en gemeentelijke inkomsten geraakt. Zodra congressen, producties en evenementen structureel voor een andere stad kiezen, laat die ontwikkeling zich moeilijk herstellen.

Daarom vragen wij de gemeenteraad en het college om de voorgenomen verhoging op te schorten en eerst de gezamenlijke gevolgen van de btw-verhoging en de toeristenbelasting onafhankelijk te onderzoeken. Wij leggen onze gegevens, netwerken en praktijkkennis op tafel en zijn bereid direct te beginnen. Zo kan Amsterdam gericht werken aan minder overlast, zichtbare opbrengsten voor Amsterdammers en een stad die cultureel, sociaal en economisch sterk blijft. Zodat we ook in de toekomst kunnen blijven zingen dat er geen stad aan Amsterdam kan tippen.

Namens,

Paul Riemens – CEO RAI Amsterdam

Jan-Willem van de Ven – Managing Director Amsterdam Dance Event

Robert Jan Woltering – CEO Hotel De L'Europe en voorzitter SAIL Amsterdam

Gunay Uslu – CEO Corendon namens W Amsterdam en The College Hotel

Ruben Brouwer – Directeur MOJO Concerts en bestuur VVEM

Karin van Gilst – Directeur Foam Fotografiemuseum Amsterdam

Stefan Melcherts – General Manager Sofitel Legend The Grand

Danie Bles – Algemeen directeur Amsterdam Fashion Week

Cees van 't Hullenaar – Zakelijk directeur International Documentary Film Festival

Benno Leeser – Voorzitter Vereniging Amsterdam City en CEO Gassan Diamonds

Lucien Spee – Algemeen directeur Pride Amsterdam en WorldPride Amsterdam

Dick de Graaff – Algemeen directeur Passenger Terminal Amsterdam

Rob Groot – Zakelijk directeur Van Gogh Museum

Ralf Benda – Landelijk voorzitter Koninklijke Horeca Nederland (KHN)

Marcel Schonenberg – Algemeen directeur Beurs van Berlage

Won Yip – Ondernemer

Mark Grol – Algemeen directeur PAN

Yoeri Albrecht – Algemeen en artistiek directeur van debatcentrum De Balie

Pim Evers – Voorzitter Koninklijke Horeca Nederland afdeling Amsterdam (KHN)

Robert van Ham – Eigenaar Jaski Gallery en voorzitter BIZ Spiegelkwartier

Udo Delfgou – Algemeen directeur Koninklijke Horeca Nederland (KHN)

Nico Evers – Operational Manager WestCord Hotels, vicevoorzitter KHN Amsterdam

Gözde Eren – Area Vice President Netherlands & Sweden Andaz Prinsengracht by Hyatt

Thomas Harlander – Regional Vice President & Managing Director Rosewood Amsterdam

Alessio Colavecchio – Area General Manager Hilton The Netherlands & Hilton Amsterdam

Bart van de Brug – Regional General Manager at Lore Group Pulitzer Amsterdam

Michiel Roelfsema – General Manager Hotel Okura Amsterdam

Emmy Stoel – General Manager Mandarin Oriental Conservatorium Amsterdam

Jeroen Werdmölder – General Manager Waldorf Astoria Amsterdam

Tom Krooswijk – General Manager InterContinental Amstel Amsterdam

Arne Heuwekemeijer – General Manager Anantara Grand Hotel Krasnapolsky Amsterdam

Joeri Nuijten – General Manager Frand Hotel Amrâth Amsterdam

Jorgen Rijnaard – Area General Manager Pillows Grand Boutique Hotel Maurits at the Park

Jens Herklotz – General Manager Amsterdam Marriott Hotel

Paul Chevalier – General Manager Sheraton Amsterdam Airport Hotel & Conference Center

Ellen Deboeck – General Manager Renaissance Amsterdam Hotel

Sam Hilkens – Hotel Manager The Dylan Amsterdam

Remco Groenhuijzen – General Manager Mövenpick Hotel Amsterdam City Center

Roy Kamphuis – General Manager Radisson Blu Hotel Amsterdam City Center

Ronald Slomp – General Manager Bilderberg Garden Hotel Amsterdam

Erik Kiers – Hotel Director NH Collection Amsterdam Barbizon Palace

Willemijn Groothengel – General Manager Apollo Hotel Amsterdam

Edward O'Callaghan – General Manager Clayton Hotel Amsterdam American Grand Hotel Amrâth Amsterdam

Patrick Kerkhoven – Chief Operating Officer WIN Hotels

Alexander Kluit – Managing Director Benelux Apollo Hotel en Leonardo Hotels

Wencke Bolsius – General Manager Swissotel Amsterdam & Voorzitter Amsterdam First Class Hotels

Janine Kots – General Manager Ibis Amsterdam City West, Vice Voorzitter Amsterdam First Class Hotels