

## CONSULTATIEBIJDRAGE

### **Voorstel 'Btw-tarief voor elektronische uitgaven':**

Doel van het voorstel is om de ongelijke behandeling in de btw tussen fysieke en digitale publicaties op te heffen. De btw-verlaging zou op 1 januari 2020 in werking moeten treden.

De Tweede Kamer sprak al in 2012 ([motie-Peters, 32827, nr. 36](#)) de wens uit om digitale journalistiek onder het verlaagde btw-tarief te brengen. Die wens is vervolgens in de Tweede Kamer herhaaldelijk uitgesproken, onder meer met de motie-Jasper van Dijk/Mohandis ([34550-VIII, nr. 93](#)). Er is heel breed draagvlak in de politiek om deze belemmering voor digitale journalistiek weg te nemen.

De NVJ en het Genootschap van Hoofdredacteuren zijn voorstander van een blijvend laag btw-tarief, dat zowel voor digitale - als printpublicaties moet gelden. Het is daarbij van groot belang dat ook vernieuwende journalistiek daarvan kan profiteren, zoals bijvoorbeeld de web-only redacties. Vernieuwingen die de vitaliteit en duurzaamheid van de Nederland journalistiek bevorderen, mogen niet onnodig belemmerd worden door een hoger btw-tarief.

Na lezing van het voorstel constateren de NVJ en het Genootschap van Hoofdredacteuren dat onder meer nieuwswebsites onder het hoge btw-tarief blijven. Bij de beoordeling of een elektronische publicatie aanspraak maakt op het verlaagde tarief, moet de verschijningsvorm van gedrukte publicaties als uitgangspunt worden genomen. Omdat een nieuwswebsite niet één vast uitgiftemoment kent, is deze niet vergelijkbaar met een fysieke uitgave, zo vermeldt de memorie van toelichting (p. 7 en 8). Als digitale publicaties wat verschijningsvorm betreft op gedrukte publicaties moeten lijken, dreigt veel digitale journalistiek buiten de boot te vallen. En omdat de journalistiek zich snel ontwikkelt, dat zal alleen maar toenemen.

De NVJ en het Genootschap van Hoofdredacteuren vinden deze keuze onbegrijpelijk. Het motief voor het verlaagde btw-tarief op gedrukte journalistiek (dag- en weekbladen, tijdschriften) ligt in de maatschappelijke waarde die journalisten in de inhoud leggen, niet in de verschijningsvorm waarin die inhoud aan de lezer wordt gepresenteerd. Door de verschijningsvorm nu een centrale rol te geven bij de beoordeling of het verlaagde btw-tarief mag worden toegepast, wordt er een stevige rem op innovatie in de journalistiek gezet. Digitale publicaties die qua verschijningsvorm overeenkomen met gedrukte publicaties, zoals bijvoorbeeld 'PDF-kranten', zijn de minst innovatieve publicaties. De populariteit van dit type publicaties zal afnemen, ten gunste van publicaties die beter gebruikmaken van de digitale mogelijkheden, zoals verrijking met video of podcasts of door toepassing van personalisatie.

Navraag bij andere lidstaten leert dat Nederland een onnodig strikte afbakening kiest. Lidstaten die de btw-verlaging al ingevoerd hebben, zoals België, Frankrijk, Luxemburg, Italië en Finland, kiezen er allemaal voor ook nieuwswebsites onder het verlaagde tarief te brengen. Als de Europese richtlijn die ruimte biedt, is het dus een bewuste Nederlandse keuze om nieuwswebsites onder het hoge btw-tarief te houden.

De andere lidstaten geven ook meer ruimte aan vernieuwing door meer video in digitale publicaties toe te staan. Waar Nederland ervoor kiest om video niet meer dan bijkomstig te laten zijn, volgen andere lidstaten de Europese richtlijn in de bepaling dat digitale publicaties niet volledig of hoofdzakelijk uit video mogen bestaan. Ook daarin kiest Nederland een beperkende insteek, wat de innovatie kan remmen.

De NVJ en het Genootschap van Hoofdredacteuren roepen het kabinet op om, [zoals de staatssecretaris eerder dit jaar al aan de Tweede Kamer schreef](#), een definitie op te stellen die nu en in de toekomst relevant is. De nu voorgestelde definitie is dat in elk geval niet: daarmee wordt het btw-probleem in de journalistiek niet opgelost. Een toekomstbestendige definitie omvat ook nieuwswebsites en andere vernieuwende verschijningsvormen om journalistiek naar de lezer te brengen.

Amsterdam, 14 mei 2019