



Aan: Ministerie van Financiën

Van: Follow the Money B.V.

Datum: 16 mei 2019

Consultatiebijdrage wetsontwerp btw-tarief voor elektronische uitgaven

Geachte heer, mevrouw,

In deze brief wil Follow the Money reageren op het wetsontwerp ten aanzien van de btw-verlaging voor ePublicaties, zoals te vinden op <https://www.internetconsultatie.nl/epubs>.

Follow the Money ziet op basis van het wetsontwerp zoals dat er nu ligt een aantal bezwaren. We vrezen dat als gevolg van ons innovatieve digitale karakter het hoge btw-tarief op ons van toepassing blijft en dat het speelveld nog ongelijker wordt in ons nadeel.

Onze bezwaren zijn:

1. De afbakening wordt gemaakt op vorm, bundeling en verschijningsfrequentie, niet op inhoud en kwaliteit

Het huidige wetsvoorstel heeft fysieke (journalistieke) producten — zoals een krant, tijdschrift of boek — als referentiekader genomen. Hierdoor worden digitale producties die in aanmerking komen voor het lage btw-tarief gedefinieerd aan de hand van kenmerken als de frequentie waarmee nieuwe publicaties verschijnen en de vorm waarin zij verschijnen. Dat wil zeggen: volgens het wetsvoorstel wordt digitale journalistiek niet continu gepubliceerd, maar op vaste momenten; bestaat zij niet uit bewegend beeld, maar uit tekst; zijn het geen losse artikelen, maar gebundelde publicaties; en zijn deze publicaties niet gepersonaliseerd, maar voor elke ontvanger identiek.

Hierdoor ontstaat de situatie dat uitsluitend digitale publicaties die in sterke mate lijken op een fysiek equivalent — bijvoorbeeld een digitale versie van een krant of tijdschrift — in aanmerking komen voor het lage btw-tarief.



Het gevolg van deze afbakening is dat vanaf 2020 een digitale versie van de *Donald Duck*, de *Tina* of de *Playboy* wél tegen een laag btw-tarief kan worden verkocht, maar een abonnement op *De Correspondent*, *Blendle* of *Follow the Money* niet.

In onze ogen schiet het wetsontwerp zijn doel daarmee volledig voorbij. Naar onze mening sluit een definitie op basis van journalistieke inhoud en doel veel beter aan bij de intentie van deze wet, dan één op basis van vorm.

2. Het ongelijke speelveld wordt verder vergroot

Follow the Money (FTM) maakt journalistieke producties die qua kwaliteit en inhoud volledig concurreren met die van kranten en opinietijdschriften. Dat is dan ook de markt waar wij ons op richten.

Leden van Follow the Money betalen over hun abonnement echter 21 procent btw; voor papieren kranten, tijdschriften en boeken is dit tarief 9 procent. Tot voor kort was het zelfs 6 procent. Dit is een ongelijk speelveld, dat in onze ogen door dit wetsvoorstel gecorrigeerd zou moeten worden.

De Nederlandse krantenmarkt is voor 80 procent in handen van twee uitgevers, die bovendien afkomstig zijn uit België: De Persgroep en Mediahuis. Deze bedrijven profiteren al van een laag btw-tarief in Nederland voor hun papieren uitgaven, en zullen voor een deel van hun digitale producten hoe dan ook het lage tarief kunnen gaan rekenen. Daardoor zal een groter deel van hun producten het lage btw-tarief krijgen dan bij ‘digital only’-spelers als FTM en *De Correspondent* het geval is. De concurrentiepositie van deze bedrijven wordt hierdoor nog sterker — en dat op een markt die zij al voor een groot deel in handen hebben.

Hun thuisland België loopt daarnaast qua btw-regelgeving op Nederland vooruit: Belgische journalistieke bedrijven zijn — ongeacht verschijningsvorm — gebonden aan het btw-nultarief. De dominante spelers op de Nederlandse journalistieke markt hebben zodoende in hun thuisland te maken met een nóg gunstiger tarief. De extra financiële ruimte die zij daardoor krijgen, kunnen zij ook gebruiken om te investeren in Nederland.

De partijen die het meest gaan profiteren van het wetsontwerp zoals dat er nu ligt, zijn de bedrijven die nu al een dominante positie in de markt hebben en over een groot deel van hun lezersinkomsten al kunnen rekenen op het lage btw-tarief. Wanneer *digital only*-spelers buiten de boot vallen, zal dit wetsvoorstel de bestaande ongelijkheid op het speelveld verder vergroten.

Het hogere btw-tarief voor digital only-uitgaven verhoogt bovendien de drempel voor nieuwe partijen om toe te treden tot de Nederlandse markt voor journalistiek. Wij vinden het belangrijk dat deze markt pluriform is, en dat innovatieve partijen niet op



een fiscale achterstand komen te staan als gevolg van hun vernieuwende karakter. Dat geldt voor ons, Blendle en De Correspondent, maar ook voor de digitale journalistieke organisaties die ons in de toekomst nog zullen gaan uitdagen.

3. Er ontstaat een rem op innovatie

Online journalistiek kan op elk moment van de dag worden gepubliceerd, aangevuld en gedistribueerd. Hierdoor kan het publiek steeds sneller en beter geïnformeerd worden. Daarnaast biedt online journalistiek de mogelijkheid tot ontwikkeling van unieke publicatievormen, die op traditionele kanalen niet mogelijk zijn. Denk hierbij aan interactief beeld, verregaande interactie met lezers, en de vermenging van publicatievormen als audio, beeld en tekst. Een zeer groot deel van onze publicaties zou niet kunnen bestaan op papier of televisie.

Door de manier waarop het huidige wetsvoorstel bepaalt welke digitale verschijningsvorm in aanmerking komt voor het lage btw-tarief, ontmoedigt de overheid echter dat de unieke ruimte en kansen die ontstaan bij publicatie op digitale media worden benut. Fiscaal gezien blijft het immers aantrekkelijker om 'ouderwetse' digitale producten te maken, dan om te experimenteren met vernieuwende vertelvormen.

Om als digitale uitgever te kunnen concurreren met papieren kranten, moet je gebruik kunnen maken van alle mogelijkheden die digitale journalistiek te bieden heeft. Zo moet je in staat zijn om het publiek bijvoorbeeld een publicatie te bieden die aansluit op zijn interessegebieden, of om een bijdrage te leveren aan journalistieke producties.

In onze beleving wil de overheid innovatie stimuleren, ook in de markt van journalistiek. Maar de vernieuwende spelers op deze markt worden geboren op het internet, en niet op papier. Als redacties die uitsluitend digitaal publiceren een hoger btw-tarief moeten betalen, dan is dat in feite een fiscale boete op innovatie.

4. Andere EU-landen hanteren een toekomstbestendiger definitie

Nederland is niet het eerste land in de EU dat aan een wijziging van de wet werkt. Andere landen, waaronder België, hebben dit al gedaan. Daarbij worden ook journalistieke bedrijven die *digital only* publiceren, toegelaten tot het lagere btw-tarief.

De reden daarvoor is dat die landen de journalistieke kwaliteit en inhoud als vertrekpunt nemen, en niet de wijze waarop wordt gepubliceerd, gebundeld of gedistribueerd. Wij van zijn mening dat dit een veel duurzamer wetsontwerp kan opleveren, dat ook de innovatie in de toekomst zal bespoedigen.



Tot slot

Follow the Money is een journalistiek platform dat zich financieert door abonnementsinkomsten. Inmiddels hebben we 12.500 betalende leden.

Onze winst is gemaximaliseerd op 5 procent; in theorie is het verschil in btw-tarief van 9 versus 21 procent voor ons dus het verschil tussen winst en verlies draaien.

We plaatsen geen advertenties op onze website en zullen dat ook in de toekomst niet gaan doen. 90 procent van onze omzet is afkomstig van onze betalende leden. Als we in totaal 100.000 euro aan abonnementsinkomsten hebben, dan moet volgens het hoge tarief dus zo'n 17.360 euro als btw worden afgedragen aan de fiscus. Zouden we aan het lage tarief gebonden zijn, dan was dit slechts 8.260 euro. Daarmee zouden we bijna 10.000 euro per maand meer in onze journalistiek kunnen steken.

We willen radicaal onafhankelijke journalistiek maken: onafhankelijk qua inhoud, maar ook qua publicatievorm. Ook willen we een belangrijke rol spelen in de journalistieke innovatie van de komende jaren. Daarom achten we het van cruciaal belang dat er een gelijk speelveld wordt gecreëerd en innovatie in de journalistiek niet wordt beperkt door fiscaliteit.

Hoogachtend,

Jan-willem Sanders

Uitgever / Zakelijk directeur Follow the Money

Mail: jan.willem.sanders@ftm.nl

Tel: +31 (0) 6 43 76 73 87