

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

4074

Vragen van het lid **Lodders** (VVD) aan de Staatssecretaris van Financiën over *het bericht «Consument merkt niks van lagere btw op e-books»* (ingezonden 8 juli 2020).

Antwoord van Staatssecretaris **Vijlbrief** (Financiën – Fiscaliteit en Belastingdienst) (ontvangen 10 september 2020).

Vraag 1

Bent u bekend met het artikel «Consument merkt niks van lagere btw op e-books»?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Deelt u de mening dat de btw-verlaging van 21% naar 9% op elektronische (studie-)boeken, kranten en tijdschriften, bedoeld om het onderscheid tussen belasting op fysieke en elektronische (studie-) boeken, kranten en tijdschriften weg te nemen, zou moeten leiden tot een prijsverlaging voor de consument? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2

Met de introductie van het verlaagde btw-tarief op elektronische uitgaven beoogt het kabinet een wat de btw-heffing betreft gelijk speelveld tussen fysieke boeken, kranten en tijdschriften en het via elektronische weg leveren van de gedigitaliseerde inhoud daarvan. Het doel van de maatregel is dus primair het creëren van een gelijk speelveld.

Vraag 3

Herinnert u zich de woorden van uw voorganger tijdens de behandeling van het Belastingplan; «Als je bepaalde belasting verlaagt, doe je dat ook met een bepaalde reden. Normaal gesproken hebben de mensen die de betreffende producten gebruiken daar dan voordeel van»² en «Iedereen, inclusief ikzelf en natuurlijk ook de consument, zou graag willen dat je een btw-verlaging

¹ RTLZ.nl, 6/7/2020; <https://www.rtlnieuws.nl/economie/life/artikel/5169690/verlaging-btw-e-books-verdwenen-zakken-uitgevers>

² Kamerstuk 35 302, nr. 68.

terugziet in de prijs. Dat deel ik volledig?»³ Deelt u deze woorden van uw voorganger nog altijd?

Antwoord 3

Ja.

Vraag 4

Herinnert u zich het doel van de btw-verlaging welke een aantal politieke partijen voor ogen had, namelijk een prijsverlaging voor de consument?

Antwoord 4

Ja.

Vraag 5

Is het voordeel voor de consument nog altijd het belangrijkste doel? Kunt u aangeven waarom u nu lijkt te zeggen dat het primaire doel van de btw-verlaging een andere was?⁴

Antwoord 5

Het doel van de maatregel is primair het creëren van een gelijk speelveld in de btw-behandeling van fysieke boeken, kranten en tijdschriften en het via elektronische weg leveren van de gedigitaliseerde inhoud daarvan. In het ideale geval leidt dit tot een prijsverlaging voor de consument. Echter, zoals ook eerder benoemd gaan bedrijven zelf over het bepalen van hun prijsbeleid en heeft de overheid geen instrumenten om een verlaging van de consumentenprijs af te dwingen.

Vraag 6

Deelt u de mening dat een evaluatiedatum in 2023 te laat is om in de bres te springen voor de consument, omdat nu al blijkt dat de verlaging niet leidt tot lagere prijzen voor de consument? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 6

De prijzen van elektronische uitgaven worden bepaald in een vrije markt. Doordat de markt voor elektronische publicaties relatief nieuw is, werkt het marktmechanisme mogelijk nog niet optimaal. Komende jaren zouden de prijzen alsnog kunnen dalen. De uitkomsten van de prijsmeting van het CBS zetten wel vraagtekens bij nut en noodzaak van het verlaagde btw-tarief voor elektronische uitgaven. Dit is daarom aanleiding om de geplande evaluatie een jaar te vervroegen. Ik zal in 2022 een evaluatie laten uitvoeren naar doeltreffendheid en doelmatigheid van het verlaagde btw-tarief voor boeken en dergelijke (fysiek en elektronisch). De prijsontwikkeling van elektronische publicaties zal tot die tijd worden gemonitord door het CBS.

Vraag 7

Kunt u aangeven of u een verzoek heeft gedaan aan de Autoriteit Consument en Markt om de prijsontwikkeling van elektronische (studie-)boeken, kranten en tijdschriften met name in relatie tot de btw-verlaging te onderzoeken? Zo nee, waarom niet, gezien ook de toezegging van uw voorganger tijdens de behandeling van het Belastingplan 2020?

Antwoord 7

Er is contact gezocht met de ACM. Net als de andere benaderde partijen, beschikken zij niet over de juiste marktinformatie. Vervolgens is contact gezocht met het CBS. Zij beschikken wel over de juiste informatie, maar op macroniveau.

Vraag 8

Wat vindt u van de houding van de Mediafederatie, die jarenlang gelobbyd heeft voor de btw-verlaging, maar dit blijkbaar niet doorvertaalt naar de consument?

³ Handelingen II, vergaderjaar 2019–2020, nr. 23, item 8.

⁴ Reactie op de motie van de leden Van Weyenberg en Middendorp (Kamerstuk 35 302, nr. 53) en prijsvergelijking elektronische publicaties (2020Z13513).

Antwoord 8

Om die reden is het rapport gelijktijdig met de Kamerbrief van 3 juli 2020 naar de sector verzonden, met het verzoek inhoudelijk te reageren op het rapport van het CBS. Op dit moment hebben wij nog geen inhoudelijke reactie ontvangen.

Vraag 9

Bent u bereid om actief op de bres te staan om de btw-verlaging op elektronische (studie-) boeken, kranten en tijdschriften alsnog plaats te laten vinden voor leerlingen die nu hun elektronische studieboeken moeten aanschaffen en/of mensen die een digitaal abonnement hebben op een krant of tijdschrift? Bent u bereid om snel met de sector hierover in gesprek te gaan en de Kamer hierover te informeren?

Antwoord 9

Het kabinet zal de btw-verlaging op zowel fysieke als elektronische uitgaven betrekken in een beleidsevaluatie in 2022. Tijdens de beleidsevaluatie wordt onderzocht of de maatregelen doeltreffend en doelmatig zijn, waarbij ook aandacht wordt besteed aan de vraag of de recente maatregel op langere termijn heeft geleid tot een prijsdaling voor elektronische uitgaven. Naar aanleiding van het rapport van het CBS over de kortetermijnprijsontwikkeling heb ik de sector bovendien al verzocht inhoudelijk te reageren op het rapport. Zodra ik een reactie ontvang, zal ik deze met uw Kamer delen.

Vraag 10

Bent u bereid hiervoor het middel «naming en shaming» niet uit de weg te gaan als blijkt dat dit nodig is?

Antwoord 10

Zoals mijn ambtsvoorganger tijdens de behandeling van het Belastingplan 2020 heeft aangegeven, beschik ik niet over een lijst van de meest verkochte elektronische uitgaven. Daarna is hiervoor contact gezocht met diverse partijen, waaronder de ACM, de Mediafederatie, het Stimuleringsfonds voor de Journalistiek en de GAU. Zij gaven allemaal aan niet te beschikken over representatieve overzichten van elektronische uitgaven. Door de evaluatie met een jaar te vervroegen zullen we wel eerder zicht krijgen op de effectiviteit van een verlaagd btw-tarief op fysieke en elektronische uitgaven.