

Btw op kranten, tijdschriften en weekbladen verhogen?

Rapport Ipsos I&O

Opinieonderzoek naar de voorgenomen btw-verhoging op kranten, tijdschriften en weekbladen
i.o.v. NDP Nieuwsmedia

Colofon

Uitgave

Ipsos I&O
Piet Heinkade 55
1019 GM Amsterdam

Rapportnummer

2024/192

Datum

Augustus 2024

Opdrachtgever

NDP Nieuwsmedia

Auteurs

Asher van der Schelde
Maartje van de Koppel

Copyright

Het overnemen uit deze publicatie is toegestaan, mits de bron duidelijk wordt vermeld.

Inhoudsopgave

	Weerstand tegen btw-verhoging op kranten, weekbladen en tijdschriften	4
1	Gebruik kranten en tijdschriften	8
1.1	Abonnementen en losse verkoop	8
2	Houdingen t.o.v. btw-verhoging	9
2.1	Vier op tien niet bekend met btw-verhoging	9
2.2	Meerderheid tegen btw-verhoging	10
2.3	Coalitie-kiezers vaker voorstander van btw-verhoging	11
2.4	Kopers en abonnees wat kritischer op btw-verhoging	12
2.5	Waarom voorstander?	13
2.6	Waarom tegenstander?	14
2.7	Twee derde: kranten niet in hoogste btw-tarief	16

Weerstand tegen btw-verhoging op kranten, weekbladen en tijdschriften

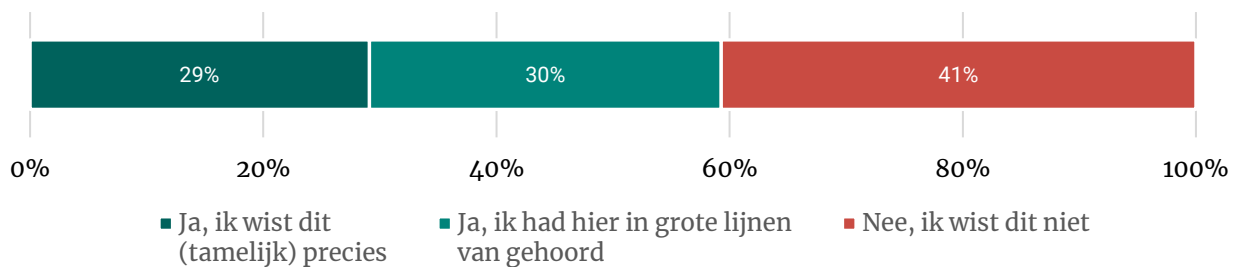
In het Hoofdlijnenakkoord van het kabinet Schoof is afgesproken de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen van 9 naar 21 procent. Deze belastingverhoging zou ingaan per 2026. In opdracht van NDP Nieuwsmedia onderzocht Ipsos I&O hoe Nederlandse kiezers denken over deze voorgenomen btw-verhoging. Het onderzoek vond plaats tussen 16 en 19 augustus 2024.

Vier op tien niet bekend met btw-verhoging

Zes op de tien Nederlanders zijn naar eigen zeggen op de hoogte van de voorgenomen btw-verhoging (29%) of hebben er in grote lijnen van gehoord (30%). Vier op de tien zijn er (nog) niet bekend mee. Dit geldt in sterkere mate voor mensen die geen kranten (53% wist er niet van af) of tijdschriften (46%) lezen.

Figuur 1: Was u – voordat u deze vragenlijst kreeg – [van de btw-verhoging] op de hoogte?

Basis: allen (n = 1.968).



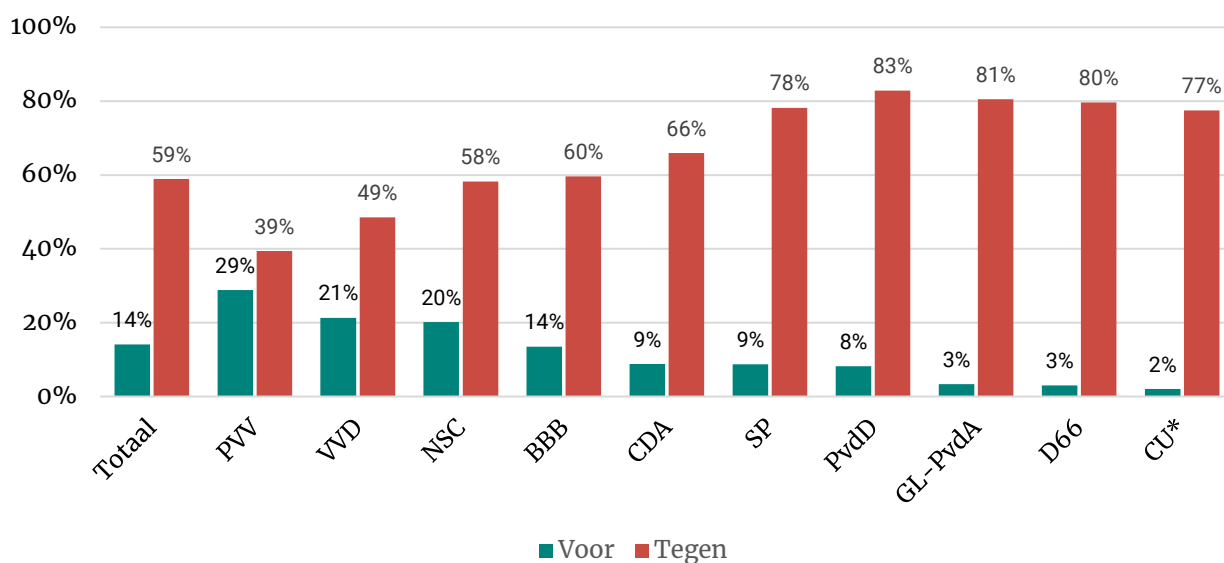
Meerderheid tegen btw-verhoging

Bijna zes op de tien Nederlanders (59%) zijn tegen de btw-verhoging. Veertien procent is voorstander. Zowel Nederlanders die vóór het invullen van de vragenlijst al bekend waren met de btw-verhoging, als Nederlanders die dat niet waren, zijn meestal tegen het besluit. Nederlanders die er al precies (63% tegen) of in grote lijnen (65% tegen) van op de hoogte waren zijn dat iets vaker dan degenen die er nog niet bekend mee waren en in de vragenlijst van het plan hoorden (52% tegen). Deze laatste groep oordeelt vaker neutraal (niet voor, maar ook niet tegen: 25%).

Naar politieke voorkeur bestaan grotere verschillen, al is er onder geen enkele kiezersgroep een meerderheid vóór de plannen. Onder kiezers van de coalitiepartijen is wat meer steun dan gemiddeld voor de voorgenomen btw-verhoging (PVV: 29%, VVD: 21% NSC: 20%), behalve bij BBB-kiezers, waar de steun op het landelijk gemiddelde ligt (14%). Het aandeel tegenstanders is echter ook bij coalitiekiezers groter dan het aandeel voorstanders.

Figuur II: In hoeverre bent u voor of tegen het besluit om de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen?

Naar huidige politieke voorkeur. Getoond in figuur: alleen % voor en tegen (niet getoond: niet voor en niet tegen, weet ik niet). Basis: allen (n = 1.968).



Nederlanders die zelf een abonnement op een krant of tijdschrift en/of wel eens een los blad aanschaffen, zijn iets vaker tegen de btw-verhoging dan niet-abonnees en -kopers. Zo is 11 procent van degenen die een krantenabonnement hebben én wel eens een losse krant kopen voor de verhoging (73% is tegen), onder niet-abonnees die ook nooit een losse krant kopen is dat 17 procent. Maar ook deze laatste groep is in de meeste gevallen (50%) tegen de btw-verhoging (26% staat er neutraal tegenover, 7% weet het niet).

Waarom tegen de btw-verhoging?

Kiezers die tegen de voorgenomen btw-verhoging zijn, vrezen dat dit ten koste zal gaan van de toegankelijkheid van kranten en tijdschriften – ‘de gewone man’ kan het straks niet meer betalen. Kiezers zien de btw-verhoging als een onwelkome extra kostenpost in een tijd dat alle prijzen stijgen (‘alles wordt al duurder’). Sommigen spreken de angst uit dat de journalistiek en de vrije nieuwsvergaring onder druk komen te staan, wat ook voor de democratie onwenselijke gevolgen zou kunnen hebben. Ter illustratie:

“Dan wordt goede informatie onbetaalbaar voor de mensen die weinig geld hebben.”

“De journalistiek is een essentieel onderdeel van de democratie. Door de kosten te verhogen, maak je het mensen moeilijker om kennis te nemen van allerlei feiten, verzameld door echte journalisten.”

Waarom vóór de btw-verhoging?

Voorstanders van de btw-verhoging noemen kranten en tijdschriften eerder een luxeproduct dan een eerste levensbehoefte. Zij wijzen net als tegenstanders op 'de hoge prijzen' en zeggen dat kranten en tijdschriften al met name voor de hogere inkomens zijn, die een prijsverhoging ook zouden kunnen betalen. Ook wordt veel genoemd dat 'het geld ergens vandaan moet komen'. Ten slotte is een groep voorstander omdat zij zelf geen gebruik maken van kranten en tijdschriften of omdat zij vinden dat er goede (gratis, digitale) alternatieven zijn.

“De kosten moeten ergens van betaald worden.”

“Mensen die een abonnement kunnen betalen kunnen waarschijnlijk ook de prijsverhoging wel betalen”

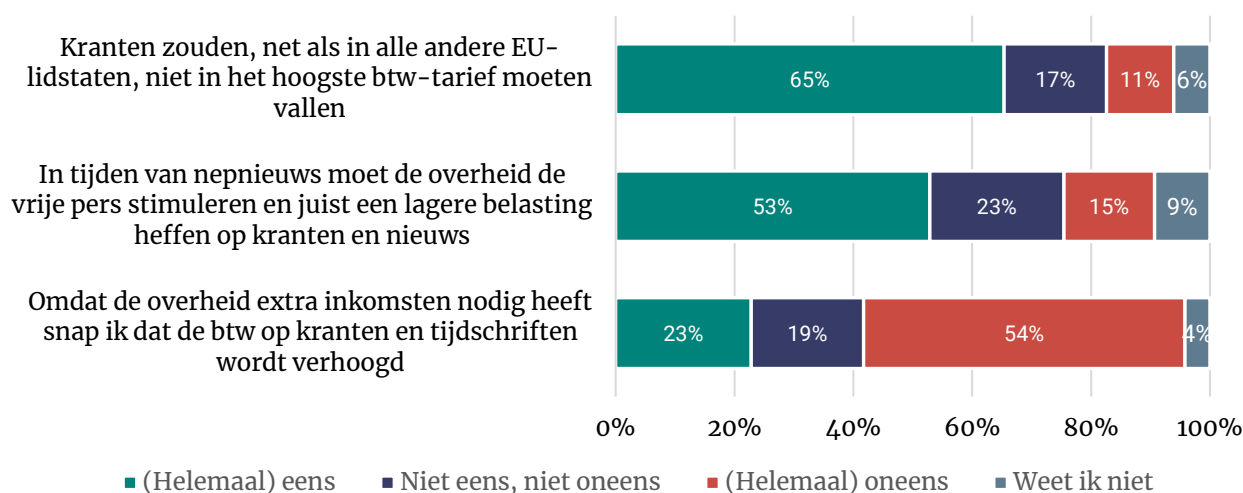
Twee derde: kranten, net als in andere EU-landen, niet in hoogste btw-tarief

Bijna twee derde van de Nederlanders (65%) vindt dat kranten niet in het hoogste btw-tarief moeten vallen, net zoals in andere EU-lidstaten het geval is (11% vindt dat niet). Daarnaast vindt de helft (53%) dat de overheid in tijden van nepnieuws juist de vrije pers moet stimuleren en een lagere belasting moet heffen op kranten en nieuws (15% is het daar niet mee eens).

Dat de btw-verhoging dient als extra inkomsten voor de overheid kan op weinig begrip rekenen. De helft van de Nederlanders (54%) vindt het geen geldig argument, een kwart (23%) wel.

Figuur III: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

Basis: allen (n = 1.968).



Onderzoeksverantwoording

Dit onderzoek vond plaats van vrijdagmiddag 16 tot maandagochtend 19 augustus 2024. In totaal werkten 1.968 Nederlanders van 18 jaar of ouder mee aan dit onderzoek. De steekproef is grotendeels getrokken in het I&O Research Panel; 106 respondenten met een niet-westerse achtergrond deden mee via Panelclix. Ipsos I&O voerde dit onderzoek uit in opdracht van NDP Nieuwsmedia.

De onderzoeksresultaten zijn gewogen op geslacht, leeftijd, regio, opleidingsniveau en stemgedrag bij de Tweede Kamerverkiezingen in november 2023. De weging is uitgevoerd conform de richtlijnen van de Gouden Standaard (CBS). Hiermee is de steekproef representatief voor de kiesgerechtigde Nederlandse inwoners (18+), voor wat betreft deze achtergrondkenmerken. Bij onderzoek is er sprake van een betrouwbaarheidsinterval en onnauwkeurigheidsmarges. In dit onderzoek gaan we uit van een betrouwbaarheid van 95 procent. Bij een steekproef van $n=2.000$ en een uitkomst van 50 procent is er sprake van een foutmarge van plus of min 2,2 procent.

1 Gebruik kranten en tijdschriften

1.1 Abonnementen en losse verkoop

De meeste Nederlanders hebben geen abonnement op een krant en kopen ook geen losse kranten (56%). Datzelfde geldt voor tijdschriften (59%).

Een kwart (26%) heeft wel een abonnement op een krant, maar koopt geen losse kranten. Voor tijdschriften geldt dat men vaker wel eens een los tijdschrift koopt (18%) dan abonnee is (13%). Voor zowel kranten als tijdschriften geldt dat één op de tien Nederlanders een abonnement heeft én wel eens een losse uitgave aanschaft.

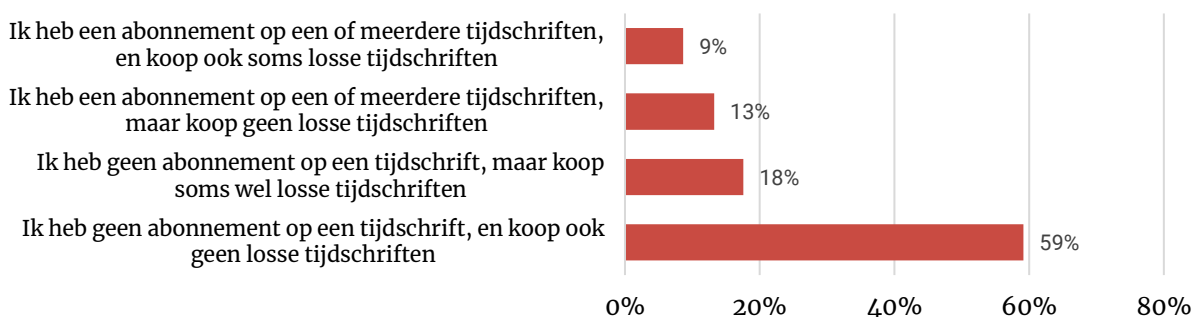
Figuur 1.1: Wat is op u van toepassing als het gaat om kranten?

Basis: allen (n = 1.968).



Figuur 1.2: Wat is op u van toepassing als het gaat om tijdschriften?

Basis: allen (n = 1.968).



2 Houdingen t.o.v. btw-verhoging

2.1 Vier op tien niet bekend met btw-verhoging

Respondenten kregen de volgende vraag met toelichting:

Het nieuwe kabinet heeft besloten de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen van 9 naar 21 procent. Dit betekent dus bijvoorbeeld dat de krant elf procent duurder wordt.

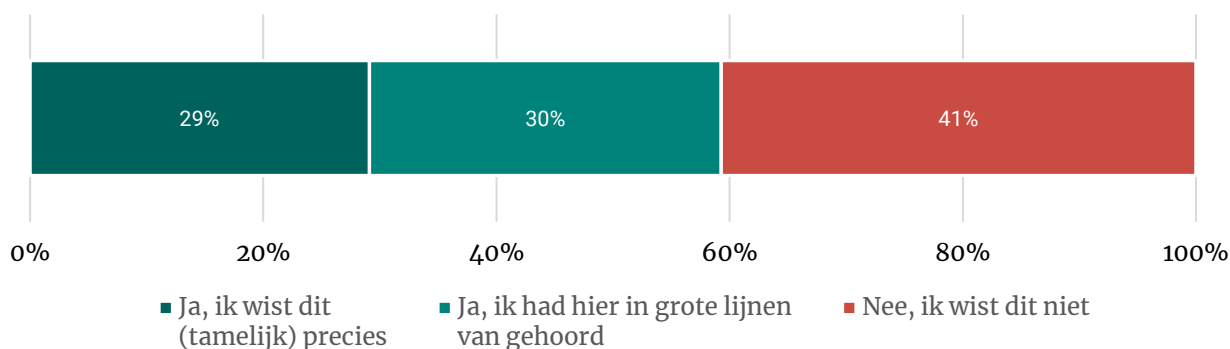
De belastingverhoging gaat in per 2026. Het doel van de belastingverhoging is het vergaren van extra inkomsten voor de begroting vanaf 2026.

Was u – voordat u deze vragenlijst kreeg – hiervan op de hoogte?

Vier op de tien Nederlanders zijn niet op de hoogte van de voorgenomen btw-verhoging. De rest wist dit wel precies (29%) of hard er in grote lijnen van gehoord (30%).

Figuur 2.1: Was u – voordat u deze vragenlijst kreeg – [van de btw-verhoging] op de hoogte?

Basis: allen (n = 1.968).

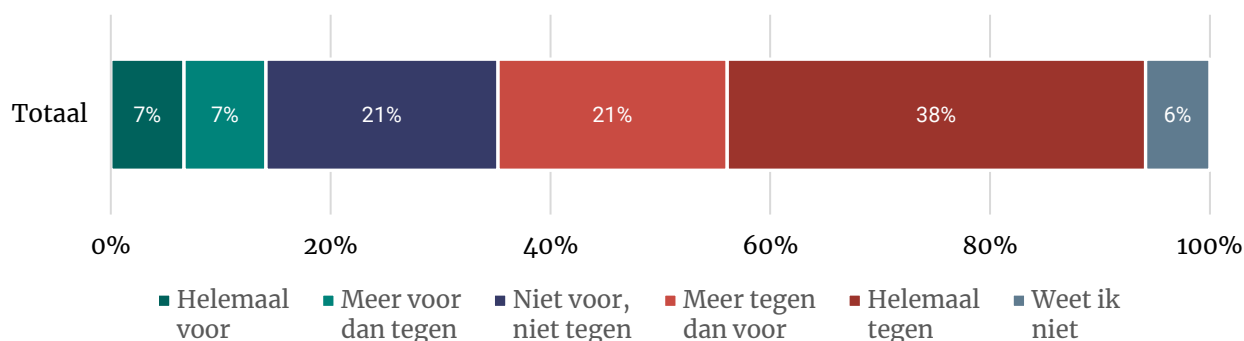


2.2 Meerderheid tegen btw-verhoging

Circa één op de zeven Nederlanders (14%) is voor de btw-verhoging op kranten, weekbladen en tijdschriften. De meerderheid (59%) is tegen. De rest staat er neutraal tegenover (21%) of weet niet wat ervan te vinden (6%).

Figuur 2.2: In hoeverre bent u voor of tegen het besluit om de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen?

Basis: allen (n = 1.968).



Nederlanders die vóór het invullen van de vragenlijst al bekend waren met de voorgenomen btw-verhoging zijn er net zo vaak voorstander van als degenen die er nog niet bekend mee waren. Wel zijn zij wat vaker uitgesproken tegenstander, terwijl Nederlanders die niet bekend waren met de btw-verhoging relatief vaak noch voor, noch tegen dit plan zijn.

Tabel 2.1: : In hoeverre bent u voor of tegen het besluit om de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen?

Naar bekendheid met btw-verhoging. Basis: allen (n = 1.968).

Houding t.a.v. btw-verhoging	Bekendheid met btw-verhoging		
	Precies bekend mee	In grote lijnen bekend mee	Niet bekend mee
Voor	19%	12%	12%
Niet voor, niet tegen	16%	20%	25%
Tegen	63%	65%	52%
Weet niet	2%	4%	11%

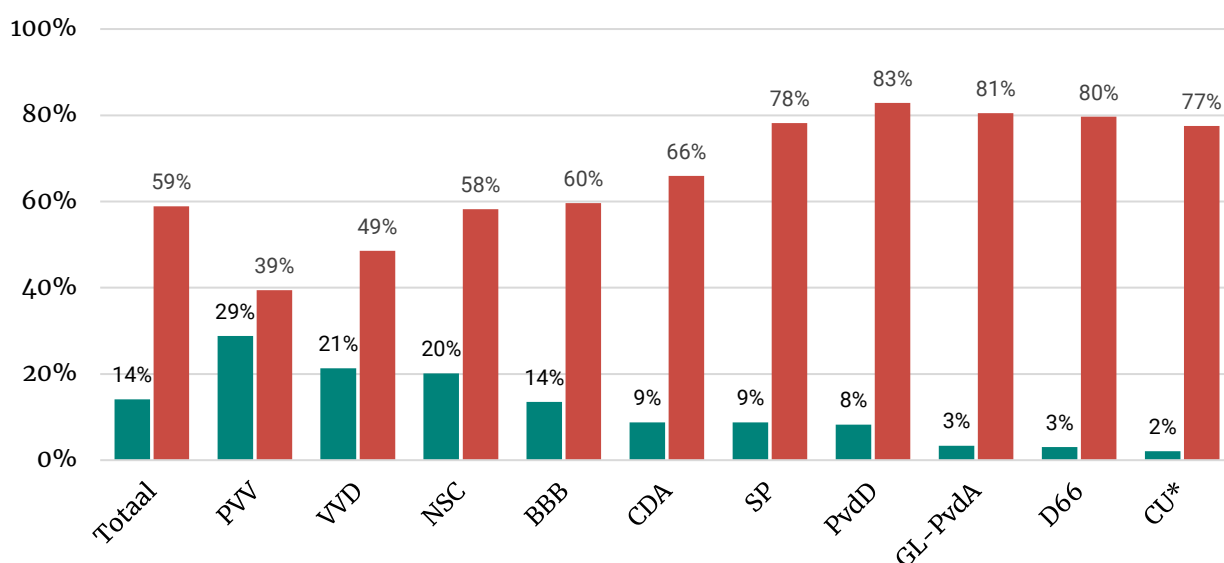
2.3 Coalitie-kiezers minder negatief over btw-verhoging

Onder kiezers van de coalitiepartijen is wat meer steun dan gemiddeld voor de voorgenomen btw-verhoging (PVV: 29%, VVD: 21% NSC: 20%) – met uitzondering van de BBB, waar de steun gelijk is aan het landelijk gemiddelde (14%). Ook voor kiezers van deze partijen geldt echter dat een groter aandeel van de kiezers tegen het besluit is (PVV: 39%, VVD: 49%), in het geval van NSC (58%) en BBB (60%) is de meerderheid tegen.

Kiezers van zowel de linkse als rechtse oppositiepartijen zijn beduidend vaker tegen- dan voorstander van het besluit.

Figuur 2.3: In hoeverre bent u voor of tegen het besluit om de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen?

Naar huidige politieke voorkeur. Getoond in figuur: alleen % voor en tegen (niet getoond: niet voor en niet tegen, weet ik niet). Basis: allen (n = 1.968).



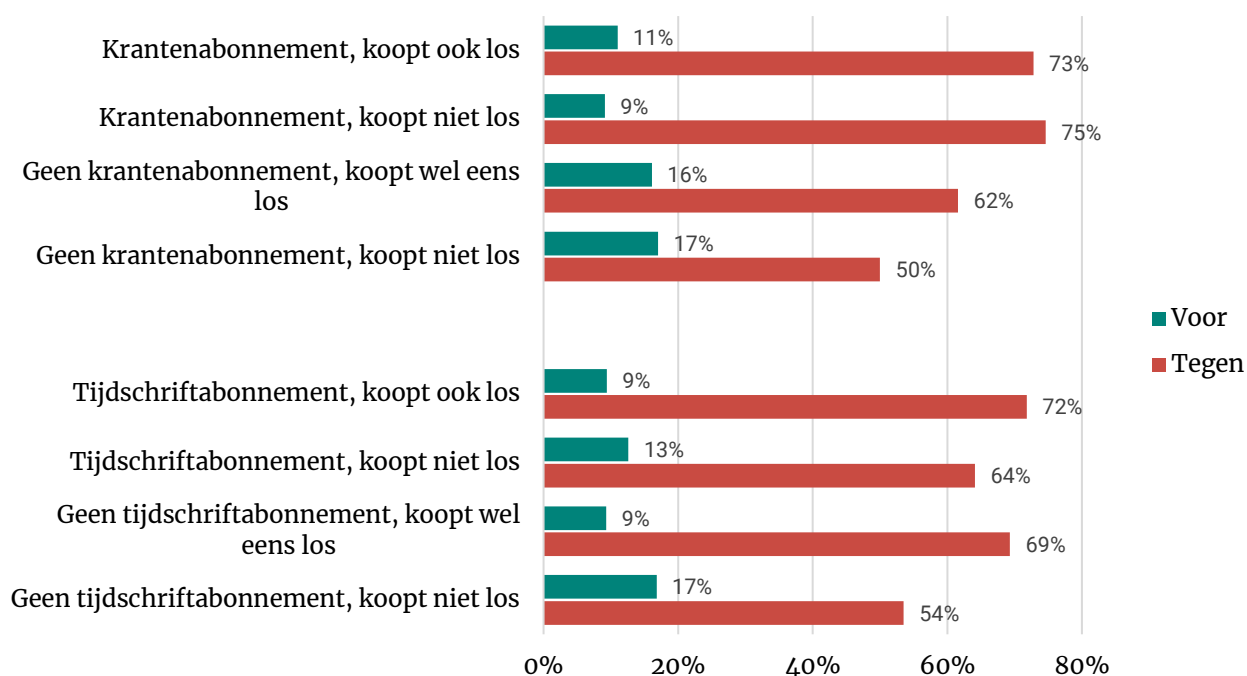
2.4 Kopers en abonnees wat kritischer op btw-verhoging

Of men voor of tegen de voorgenomen btw-verhoging is hangt licht samen met huidig gedrag rondom het kopen van en abonneren op kranten. Circa één op de tien Nederlanders met een krantenabonnement is voorstander (circa driekwart is tegen). Nederlanders die geen krantenabonnement hebben en nooit een krant kopen zijn in 17 procent van de gevallen voor. Zij zijn ook minder vaak uitgesproken tegenstander dan abonnees, maar staan er vaker neutraal tegenover (26%) of hebben geen mening (7%).

Ook bij het gebruik van tijdschriften is er een lichte samenhang. Onder Nederlanders die nooit tijdschriften kopen en geen abonnement is 17 procent voorstander. Degenen die wel eens tijdschriften kopen en abonnee zijn, zijn in 9 procent van de gevallen voor.

Figuur 2.4: In hoeverre bent u voor of tegen het besluit om de btw op kranten, weekbladen en tijdschriften te verhogen?

Naar eigen krant- en tijdschriftgebruik. Getoond in figuur: alleen % voor en tegen (niet getoond: niet voor en niet tegen, weet ik niet). Basis: allen (n = 1.968).



2.5 Waarom voorstander?

Veertien procent van de Nederlanders zijn voorstander van de btw-verhoging. Hen is in een open vraag gevraagd waarom zij hier voorstander van zijn. Vaak wordt genoemd dat 'het geld ergens vandaan moet komen' – deze respondenten merken op dat de overheid inkomen nodig heeft en zij vinden dit een prima bron daarvoor. Anderen zeggen dat kranten en tijdschriften geen eerste levensbehoefte zijn en zien het meer als 'luxeproduct', dat nu ook al voornamelijk voor rijkere Nederlanders wordt gebruikt die een prijsverhoging ook zouden kunnen betalen. Sommigen vinden het eerlijk dat overal hetzelfde btw-tarief op wordt geheven, ook op kranten en tijdschriften. Ten slotte is een groep voorstander omdat zij zelf geen gebruik maken van kranten en tijdschriften of omdat zij vinden dat er goede (gratis, digitale) alternatieven zijn. Hieronder een aantal illustrerende citaten.

'Het geld moet ergens vandaan komen'

- Als er ergens op bezuinigd moet worden dan vind ik deze minder erger. Meeste lezen toch online nieuws. En roddels zijn ook op tv te volgen.
- Dat is niet zo moeilijk. Alles is duurder geworden en de overheid zal toch ook inkomen moeten generen. Wordt het te duur dan zijn de abonnementen zo weer weg!!!
- De schatkist is leeg. Het geld moet ergens vandaan komen
- De kosten moeten ergens van betaald worden
- Er moet nu eenmaal geld binnen komen.

Geen eerste levensbehoefte, nu al duur

- De mensen die kranten en tijdschriften lezen kunnen dat prima betalen en anders kun je bij de bibliotheek terecht.
- Er is geen reden om het niet te doen. Het is een luxe product, geen basisbehoefte.
- Het is toch al niet te betalen dus het maakt niet uit
- De krant kopen is een luxe artikel en daar heb ik geen problemen mee
- Mensen die een abonnement kunnen betalen kunnen waarschijnlijk ook de prijsverhoging wel betalen

Gelijk btw-tarief

- De BTW moet overal eerlijk op worden geheven, GEEN uitzonderingen of lagere tarieven
- Gelijke monniken, gelijke kappen
- Denk dat het goed is dat voor zulke producten dezelfde regels gelden als de rest

Goede alternatieven

- Er zijn zoveel beschikbare gratis en digitale media dat papieren varianten niet meer van deze tijd zijn
- Het is entertainment en er is een gratis alternatief, het internet.
- Omdat als het op papier geprint moet worden, waar het ook digitaal kan gelezen kan worden

Geen gebruiker

- Ik heb geen bezwaar tegen deze verhoging omdat ik zelf geen kranten enzo lees
- Ik koop deze dingen toch nooit dus voor mij is het ok

2.6 Waarom tegenstander?

Zes op de tien Nederlanders (59%) zijn tegen de btw-verhoging. Net als voorstanders vroegen we hen in een open vraag hun mening toe te lichten. Velen vinden het belangrijk dat kranten en tijdschriften voor iedereen toegankelijk blijven en denken dat 'de gewone burger' en 'de minder bedeelde' dit niet meer zal kunnen betalen. Vaak wordt genoemd dat de prijzen (voor kranten en in het algemeen) al hoog zijn. Andere critici noemen de btw-verhoging een 'makkelijke melkkoe' voor de overheid.

Verder zijn tegenstanders bang dat de btw-verhoging een negatief effect hebben op de journalistiek, waar kranten en tijdschriften – en sommigen noemen daarbij ook banen – zullen verdwijnen. Men noemt ook schadelijke effecten voor de vrije nieuwsvergaring en daarmee de democratie als onwenselijke gevolgen. (Betaalbare) informatie zijn zij als een recht.

Toegankelijkheid voor iedereen

- Nieuws en informatie moet toegankelijk blijven voor iedereen en dus ook voor de minder draagkrachtigen
- De toegankelijkheid van lectuur is heel belangrijk en hierdoor zullen nog meer mensen afhaken.
- Betrouwbaar nieuws moet voor iedereen toegankelijk zijn, zeker in deze tijd met veel nepnieuws op social media
- Dan wordt goede informatie onbetaalbaar voor de mensen die weinig geld hebben
- Ik denk dat dit een slecht signaal is en het lezen van kranten en tijdschriften nog meer maakt voor mensen die het kunnen betalen. Er zal denk ik een nog grotere kloof ontstaan in 'klassieke' informatievoorziening tussen bevolkingsgroepen

Wordt te duur

- Alle producten gaan al constant omhoog in prijs en doordat de btw omhoog gaat zijn die producten helemaal niet meer te betalen.
- Alles is nu al duur zat.
- Ik ben tegen alles wat mijn koopkracht aantast.

Recht op informatie

- Het publiek heeft recht op toegang tot onafhankelijk nieuws
- Informatie moet belastingvrij zijn
- Vrije nieuwsgaring is een groot recht voor iedereen

Educatie en democratie

- Betaalbare toegang tot goed onderbouwd en onafhankelijk nieuws is essentieel voor het functioneren van een democratie
- Dan word er nog minder van verkocht dadelijk krijgen de meeste mensen hun nieuws van Facebook en andere social media's die vol zitten met bots van regeringen waar wij niks mee te maken willen en die niet positief zijn voor Nederland. Dit is nu al een groot probleem
- De gaten in de begroting weer dicht met een BTW verhoging is een slechte zaak. Een krant lezen zorgt voor een eigen mening.
- De journalistiek is een essentieel onderdeel van de democratie. Door de kosten te verhogen, maak je het mensen moeilijker om kennis te nemen van allerlei feiten, verzameld door echte journalisten.

- Een geïnformeerde samenleving is een robuuste samenleving
- Journalisten moeten hun democratische taak kunnen blijven doen

Druk op en verdwijnen van journalistiek

- Daardoor wordt een papieren krant nog duurder en dat kost abonnees en langzaam maar zeker verdwijnen de regionale kranten.
- Dan koopt niemand het meer straks, en gaan ze failliet, banen verdwijnen omdat het online gaat worden
- Ik denk mensen nog minder abonnementen nemen en dan volgen er ontslagen

Makkelijke melkkoe

- Dit is een beetje een te gemakkelijk manier om inkomsten te genereren.
- Weer een melkkoe

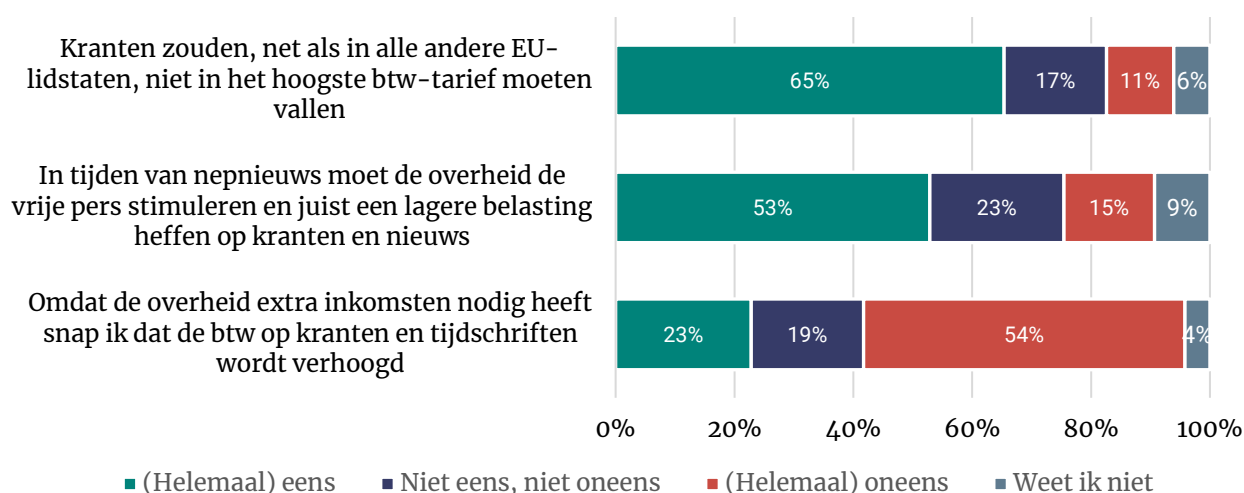
2.7 Twee derde: kranten niet in hoogste btw-tarief

Bijna twee derde van de Nederlanders vindt dat kranten niet in het hoogste btw-tarief moeten vallen, net zoals in andere EU-lidstaten het geval is (65%). Eén op de tien (11%) is het daarmee oneens. Daarnaast vindt de helft (53%) dat de overheid in tijden van nepnieuws juist de vrije pers moet stimuleren en een lagere belasting moet heffen op kranten en nieuws (15% vindt dat niet).

Dat de btw-verhoging dient als extra inkomsten voor de overheid kan op weinig begrip rekenen. De helft van de Nederlanders (54%) is het oneens met de stelling 'Omdat de overheid extra inkomsten nodig heeft snap ik dat de btw op kranten en tijdschriften wordt verhoogd'. Een kwart (23%) vindt dat wel.

Figuur 2.5: In hoeverre bent u het eens of oneens met de volgende stellingen?

Basis: allen (n = 1.968).



De meerderheid van de coalitie-kiezers vindt dat kranten niet in het hoogste btw-tarief zouden moeten vallen (zie tabel 2.2; PVV: 51%, VVD: 58%, BBB: 61% en NSC: 66%). Kiezers van andere partijen zijn het daar nog vaker mee eens.

Met het idee dat de overheid in tijden van nepnieuws juist de vrije pers moet stimuleren en een lagere belasting op kranten en nieuws zou moeten heffen zijn coalitie-kiezers het minder vaak eens. De steun hiervoor is het laagst onder PVV-kiezers (33% eens).

Het aandeel dat begrijpt dat de btw omhoog gaat omdat de overheid extra inkomsten nodig heeft is onder alle kiezersgroepen laag. Het meeste begrip hiervoor is er onder VVD- (38%) en PVV-kiezers (34%), het minst bij kiezers van GL-PvdA en de Partij voor de Dieren (beide 9%).

Tabel 2.2: Stellingen over btw-verhoging, naar huidige politieke voorkeur

Getoond in tabel: alleen % eens. Basis: allen (n = 1.968).

	Totaal	CU*	GL- PvdA	D66	SP	CDA	PvdD	NSC	BBB	VVD	PVV
Kranten zouden, net als in alle andere EU-lidstaten, niet in het hoogste btw-tarief moeten vallen	65%	87%	84%	81%	81%	79%	72%	66%	61%	58%	51%
In tijden van nepnieuws moet de overheid de vrije pers stimuleren en juist een lagere belasting heffen op kranten en nieuws	53%	69%	73%	75%	78%	66%	80%	52%	42%	47%	33%
Omdat de overheid extra inkomsten nodig heeft snap ik dat de btw op kranten en tijdschriften wordt verhoogd	23%	17%	9%	15%	22%	22%	9%	32%	31%	38%	34%

*Indicatief vanwege een beperkt aantal waarnemingen (n < 50).

Contactgegevens

Ipsos I&O Enschede

Zuiderval 70

Postbus 563

7500 AN Enschede

053 - 200 52 00

KVK-nummer 08198802

info@ioresearch.nl

www.ioresearch.nl

Ipsos I&O Amsterdam

Piet Heinkade 55

1019 GM Amsterdam

020 - 308 48 00

info@ioresearch.nl

www.ioresearch.nl