

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

1032

Vragen van de leden **Oosterhuis** en **El Boujdaini** (beiden D66), **Stultiens** (GroenLinks-PvdA) en **Inge van Dijk** (CDA) aan de Staatssecretaris van Financiën over *het FD-artikel «Deur op kier voor btw-afdracht over sociale media»* (ingezonden 2 december 2025).

Antwoord van Staatssecretaris **Heijnen** (Financiën) (ontvangen 5 februari 2026).

Vraag 1

Bent u bekend met het feit dat Italië een btw-aanslag heeft opgelegd aan Meta, LinkedIn en X?

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Kunt u bevestigen dat de Europese Commissie van oordeel is dat er omzetbelasting geheven mag worden over sociale media als gebruikers de instellingen kunnen aanpassen waardoor de aanbieders persoonlijke data niet zomaar mogen verkopen en de gebruikers zelf minder functionaliteiten ter beschikking hebben?

Antwoord 2

Nee. De Europese Commissie heeft op verzoek van Italië slechts een eerste analyse¹ gepresenteerd aan de andere lidstaten en gevraagd om een reactie daarop. In de analyse wordt beschreven dat heffing van btw in zulke situaties wellicht mogelijk is, omdat er dan bepaalde omstandigheden aanwezig kunnen zijn waardoor gemakkelijker een «rechtstreeks verband» kan worden gelegd tussen de door de aanbieder verrichte digitale dienst en de door de gebruiker verstrekte data. De Commissie plaatst daar echter meteen een aantal kanttekeningen bij. Zij merkt onder meer op dat het vaststellen van de waarde van de data (de maatstaf van heffing; het bedrag waarover btw geheven zou kunnen worden) lastig is en dat om die reden van geval tot geval een zorgvuldige beoordeling zal moeten worden gemaakt om tot een rechtvaardige en werkbare uitkomst te komen.

¹ WP 1118 - Italian question on IT services in exchange for users personal data – taxud.c.1(2025)11627393.

Bovendien sluit de Commissie af met de opmerking dat het zogenoemde «Btw-comité»² mogelijk niet het juiste gremium is om deze kwestie te bespreken en dat een aanpassing van de Europese btw-richtlijn wellicht noodzakelijk is. De lidstaten zijn in de gelegenheid gesteld om hun visie op de mening en analyse van de Commissie – die dus geen officiële, of bindende interpretatie van de btw-richtlijn is³ – te delen. De gesprekken in het Btw-Comité zullen worden vervolgd en hebben dus nog niet tot een zogenoemd «richtsnoer» geleid.

Vraag 3

Kunt u uiteenzetten wanneer en onder welke voorwaarden er volgens de Europese Commissie omzetbelasting mag worden geheven over de data die aanbieders van sociale media van hun gebruikers krijgen?

Antwoord 3

Vragen over btw-heffing over «gratis» diensten van sociale mediabedrijven zijn niet nieuw. De centrale vraag is of tegenover de digitale («gratis») dienst een vergoeding in natura staat: de persoonlijke data van de gebruikers die bedrijven gebruiken om advertentie-inkomsten te verwerven. Het Btw-comité heeft hierover in 2018 unaniem een richtsnoer aangenomen dat geen btw kan worden geheven over dergelijke «gratis» diensten, omdat het zogenoemde «rechtstreeks verband» tussen de digitale diensten en het verstrekken van persoonlijke data ontbreekt.⁴ Van een «rechtstreeks verband» is sprake wanneer tussen de verrichter en de ontvanger van de dienst een rechtsbetrekking bestaat in het kader waarvan over en weer prestaties worden uitgewisseld, en de door de dienstverrichter ontvangen vergoeding de werkelijke tegenwaarde vormt voor de ten behoeve van de ontvanger verrichte dienst.⁵ De persoonlijke data vormt niet de *werkelijke tegenwaarde* voor de digitale dienst. De diensten worden namelijk ook verleend als de gebruiker de persoonlijke data niet deelt. Dit richtsnoer geldt onverkort. Italië meent dat er inmiddels situaties zijn waarvoor het unaniem aangenomen richtsnoer niet geldt. Daarom heeft Italië om de mening van het Btw-Comité gevraagd. Het gaat met name om de situatie waarin de mate van digitale dienstverlening afhankelijk is van de kwantiteit en kwaliteit van de persoonlijke data die de gebruiker verstrekt. Denk aan sociale mediabedrijven die minder foto's of video's zichtbaar maken als de gebruiker instellingen aanpast die het platform beperkt in het gebruik van persoonlijke data. In die situatie is volgens Italië wel een «rechtstreeks verband» aanwezig tussen de digitale diensten en het verstrekken van de persoonlijke data. De Commissie beschrijft dat dit een situatie kan zijn waarin een «rechtstreeks verband» gemakkelijker kan worden gelegd. Zij tekent daarbij tegelijk aan dat het moeilijk is om te kwantificeren wat het belastbare bedrag is. Daarnaast gaat de Commissie in op de situatie waarin de gebruiker het gebruik van de persoonlijke data niet beperkt en dus alle functionaliteiten behoudt. Zij merkt daarbij op dat het erop lijkt dat Italië – door de gewijzigde bedrijfsmodellen – ook in die gevallen van mening is dat (vanaf nu) toch sprake is van een «rechtstreeks verband» en daarbij voorbijgaat aan het unaniem aangenomen richtsnoer uit 2018. Volgens de Commissie kan ten aanzien van deze situatie nog altijd worden volgehouden dat er geen belastbare prestatie plaatsvindt, omdat het «rechtstreeks verband» ontbreekt. Tot slot omschrijft de Commissie volledigheidshalve nog het bedrijfsmodel waarbij tegen betaling in geld een abonnement wordt afgesloten in ruil voor

² Op grond van artikel 398 van de btw-richtlijn is het Btw-comité een raadgevend comité voor de btw dat is samengesteld uit vertegenwoordigers van de lidstaten en van de Commissie. Het comité buigt zich – onder voorzitterschap van een vertegenwoordiger van de Commissie – over vragen die betrekking hebben op de toepassing van de Europese btw-wetgeving. Vanwege het raadgevende karakter kan het btw-comité enkel niet-bindende standpunten («richtsnoeren») innemen.

³ Het Hof van Justitie van de Europese Unie is de rechtsprekende instantie van de Europese Unie die het Unierecht, waaronder de btw-richtlijn, uitlegt middels arresten en beschikkingen die bindend zijn voor de nationale rechterlijke instanties.

⁴ Guidelines resulting from the 111th meeting of 30 November 2018 Document B – taxud.c.1(2019)3722302 – 967 (p. 248).

⁵ HvJ EU 21 december 2023, C-288/22, EU:C:2023:1024, r.o. 36 (Administration de l'enregistrement, des domaines et de la TVA).

de volledige functionaliteiten, maar dan zonder (gepersonaliseerde) advertenties te tonen. Volgens de Commissie is het evident dat de gebruiker dan betaalt voor digitale diensten, zodat een met btw belastbare dienst door het sociale mediabedrijf wordt verricht.

Vraag 4

Bent u van mening dat het verstrekken van persoonlijke data ten behoeve van gratis toegang tot sociale media een belastbare transactie vormt?

Antwoord 4

Nee. Uitgangspunt blijft het unaniem aangenomen richtsnoer van het Btw-comité uit 2018. Dat betekent dat in de regel over het verstrekken van persoonlijke data bij «gratis» toegang tot sociale media geen btw wordt geheven. Ik onderschrijf de mening van de Commissie op dit punt, zoals beschreven bij de tweede situatie van antwoord 3.

Hoewel het eerder unaniem aangenomen richtsnoer het uitgangspunt blijft, kunnen er zich situaties voordoen, zoals Italië aangeeft, die niet onder de reikwijdte van het richtsnoer vallen. Dat is geheel afhankelijk van de feiten en de omstandigheden van het geval. Ik onderschrijf echter de kanttekeningen die de Commissie voor deze situaties plaatst bij het vaststellen van het bedrag waarover btw zou kunnen worden geheven. De btw-richtlijn bevat op dit moment ook geen werkbare bepalingen om de maatstaf van heffing (de vergoeding) te bepalen. Bovendien is het gelet op het grensoverschrijdende karakter van digitale diensten van groot belang dat alle EU-lidstaten dezelfde benadering hanteren. Met de Commissie ben ik van mening dat dit mogelijk om aanpassing van de btw-richtlijn vraagt. De voortzetting van de gesprekken in het Btw-comité zijn om die reden zeer belangrijk. Daar wil ik niet op vooruitlopen.

Vraag 5

Is het voor de Belastingdienst ook mogelijk in Nederland btw te heffen bij aanbieders van sociale media over de data, die zij van gebruikers krijgen en is de Belastingdienst voornemens dit te gaan doen? Zo nee, waarom niet? Welke stappen zijn er voor nodig om dit te gaan doen en per wanneer zou de Belastingdienst hiertoe kunnen overgaan?

Antwoord 5

De Belastingdienst kan btw heffen als daarvoor een voldoende eenduidige juridische grondslag is.

Zoals gezegd blijft het richtsnoer het uitgangspunt voor de beoordeling of btw-heffing kan plaatsvinden over de waarde van persoonlijke data. Heffing van btw in situaties die buiten het richtsnoer vallen, komt pas aan de orde als er een «rechtstreeks verband» tussen de geleverde data en de dienstverlening kan worden vastgesteld én als vaststaat over welk bedrag btw geheven zou kunnen worden. Daarover is op dit moment geen duidelijkheid. Daarbij spelen ook andere heffingsaspecten zoals het bepalen van de lidstaat die heffingsbevoegdheid heeft en de vraag of het op regelmatige basis «verkoopen» van persoonlijke data door de gebruikers tot ondernemerschap voor de btw leidt. Bovendien moeten eventuele uitstralingseffecten naar andere, soortgelijke situaties (bijvoorbeeld loyaliteitsprogramma's) worden onderzocht. Op dit moment vindt in het Btw-comité nog gedachtenvorming plaats over deze kwestie. Nederland draagt constructief bij aan deze gesprekken.

Vraag 6 en 7

Hoe hoog zou de jaarlijkse opbrengst zijn indien ook in Nederland btw wordt geheven over sociale media conform het Italiaanse voorbeeld?

Hoe kijkt u naar het Italiaanse voorbeeld waar aanbieders van sociale media een naheffing opgelegd krijgen over eerdere jaren waarin geen btw is betaald? Kan dit met inachtneming van een betrouwbare overheid met terugwerkende kracht?

Antwoord 6 en 7

Op dit moment bestaat onvoldoende inzicht om een betrouwbare raming te maken van een mogelijke btw-opbrengst over sociale media. Duidelijkheid over de maatstaf van heffing ontbreekt.

Italië geeft bovendien geen inzicht in de maatstaf van heffing noch de wijze van berekening waarop de (na)heffingsaanslag is gebaseerd. Ook de Commissie heeft geen richting gegeven aan de manier waarop de maatstaf van heffing kan worden bepaald. Zij geeft juist aan dat wellicht (aanvullende) EU-wetgeving noodzakelijk is. Gelet op deze onzekerheden op zowel juridisch als methodologisch vlak kan op dit moment geen opbrengst worden geraamd.

Indien wordt vastgesteld dat aanbieders van sociale media btw verschuldigd zijn over het verlenen van toegang tot de platforms, zal de Belastingdienst onderzoeken welke maatstaf van heffing van toepassing is. Daarnaast zal de Belastingdienst, binnen de geldende wettelijke kaders, beoordelen over welke periode en tot welke hoogte heffing kan plaatsvinden. In beginsel geldt daarbij een naheffingstermijn van vijf jaren na het einde van het kalenderjaar waarin de belastingschuld is ontstaan, met inachtneming van de algemene beginselen van behoorlijk bestuur.