



**Skattedirektoratet**

Postboks 9200 Grønland  
0134 OSLO

skattedirektoratet@skatteetaten.no

Deres ref.: 2012/33790

Vår ref.: 016.1 BW

Oslo, 1. februar 2016

**HØRINGSUTTALELSE - MERVERDIAVGIFTSFRITAK FOR ELEKTRONISKE NYHETSTJENESTER - FORSKRIFT**

Vi viser til høringsbrev datert 18. desember 2015, med forslag til endring av forskrift 15. desember 2009 nr. 1540 til merverdiavgiftsloven (merverdiavgiftsforskriften).

**Oppsummering**

- Merverdiavgiftsfritak for elektroniske nyhetstjenester er av stor betydning for Mediebedriftenes Landsforenings (MBLs) medlemmer, og det er viktig at fritaket trer i kraft så raskt som mulig.
- MBL er enig med direktoratet i at skjønn må legges til grunn for praktisk avgrensning, og at det derfor er fornuftig at "innholdet vil bli nærare avgrensa gjennom praksis", slik direktoratet skriver.
- Begrepet nyhetstjenester må selvsagt favne videre enn "nyheter" i betydningen dagsaktuelle hendelser, og må tolkes i lys av mediens samfunnsrolle. I begrepet må ligge rapportering og kommentering av nyheter, aktualiteter, samfunnsstoff, kultur og debatt som dekker publikums behov for informasjon de trenger for å orientere seg, forstå og delta i demokratiet og samfunnslivet, som avspeiler kultur- og samfunnslivet, som fremmer lesing og bruk av språket og som bidrar til å bygge identitet, kompetanse og forståelse for egen rolle i samfunnet.
- Vi må unngå at en for snever avgrensning skader det mangfoldet vi ønsker å ta vare på. MBL mener derfor at nyhets- og aktualitetsstoff må tolkes fremtidsrettet, slik at det tas høyde for den omfattende produktutviklingen og de strukturelle endringene vi vil se fremover.
- En fremtidsrettet og innovasjonsfremmende praktisering av hovedsakelighetskriteriet for elektroniske nyhetstjenester må ikke kreve at disse skal være kopier av papirproduktene for å omfattes av mva-fritaket.
- Vi foreslår at man bruker "publiserer nytt innhold ukentlig eller oftere" om krav om utgivelsesfrekvens og regelmessighet.
- MBL er enig i at de tjenester som skal kvalifisere for mva-fritak skal ha en ansvarlig redaktør i henhold til Redaktørplakaten og lov om redaksjonell fridom i media, og være rettet mot allmennheten.
- Vi legger til grunn at hovedsakelighetskriteriet legges til grunn ved salg av tv/kanalpakker som inneholder både kanaler som er kvalifisert for fritak og kanaler som ikke er det.

## Om MBL

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) er mediebedriftenes bransje- og utgiverorganisasjon. MBL skal bidra til å styrke og verne yttingsfriheten, pressefriheten og informasjonsfriheten som grunnleggende verdier i et demokratisk og åpent samfunn. MBL skal arbeide for gode og stabile rammebetingelser som fremmer et mangfold av økonomisk sunne medier.

MBL har 324 medlemsbedrifter med rundt 12 000 ansatte. Medlemmene omsetter for rundt 20 mrd. kr årlig. Medlemmene er mediehus (aviser, magasiner, fjernsynsselskaper, radiostasjoner), trykkerier, distribusjonsselskaper, annonsesamkjøringer, konsern og driftsselskaper, multimedieselskaper, pressebyråer og annet.

Medlemmene representerer mer enn 95 prosent av det totale avis- og magasinopplaget. MBL er en landsforening i NHO.

## Generelt

Merverdiavgiftsfritak for elektroniske nyhetstjenester er av stor betydning for MBLs medlemmer. Det gjeldende mva-fritaket fanger ikke opp de fundamentale teknologiske og markedsmessige endringene som er skjedd i løpet av få år. Reglene er derfor utilsiktet blitt en vesentlig hindring for utviklingen av det de er innrettet på å fremme – nyhetsformidling, samfunnsdebatt, språk og kultur.

Forslaget om å innføre mva-fritak for elektroniske nyhetstjenester fjerner derfor det ulogiske og konkurransevridende i å ha et fritak kun for utgivelse på papir, som prinsipielt også er i strid med merverdiavgiftssystemets nøytralitetsprinsipp. Forslaget fjerner et vesentlig hinder for en ønsket og nødvendig utvikling av mediemangfoldet.

Som forarbeidene til dagens mva-fritak viser, knytter heller ikke de hensyn som ble lagt til grunn da dette fritaket kom i 1970 seg til utgivelsesform, men til kultur, språk og demokrati. Det er hensyn som fortsatt gjelder. Et fritak for elektroniske nyhetstjenester må ta høyde for fremtiden og den tekniske og samfunnsmessige utviklingen mediebransjen og markedet går igjennom, herunder økt bruk av levende bilder, og som vil fortsette.

MBL er enig med direktoratet i at skjønn må legges til grunn for praktisk avgrensning, og at det derfor er fornuftig at "innhaldet vil bli nærare avgrensa gjennom praksis", slik direktoratet skriver. Vi vil under komme nærmere inn på hvordan et slikt skjønn bør praktiseres.

## Politiske føringer

Vi viser til hva regjeringen representert ved finansminister Siv Jensen og kulturminister Linda Hofstad Helleland uttalte i pressemeldingen<sup>1</sup> om saken 25. januar:

"-Det tas sikte på at fritaket trer i kraft 1. mars 2016. Fritaket vil dermed gjelde alle nyheter som omsettes mot brukerbetaling, både på papir, pc, mobile enheter, radio og tv. Lik avgiftsmessig behandling uavhengig av teknologi fremmer nyhetsformidling og samfunnsdebatt, sier Siv Jensen.

-Dette er en stor dag for norske medier og mediebrukere. Dette vil gi mer innovasjon og er en styrking av nye forretningsmodeller i norsk mediebransje, sier kulturminister Linda Hofstad Helleland (H).

---

<sup>1</sup> <https://www.regjeringen.no/no/aktuelt/esa-har-godkjent-merverdiavgiftsfritak-for-elektroniske-nyhetstjenester/id2471793/>

-Nyhetsmedier spiller en uvurderlig rolle for demokratiet og samfunnsdebatten, og bør ha nullmoms uavhengig av hvilken teknologi som brukes for å formidle innholdet. Det avgiftsmessige skillet mellom papiraviser og elektroniske nyhetsmedier har i en årrekke vært et vesentlig hinder for innovasjon og omstilling i mediebransjen. Jeg er derfor stolt av at Norge nå blir første land i Europa som innfører et avgiftsfritak for elektroniske nyhetsmedier, sier Helleland."

Det er viktig at praktiseringen av fritaket bidrar til å understøtte innovasjon og nye forretningsmodeller, slik kulturministeren påpeker.

### **Elektroniske nyhetstjenester**

Begrepet nyhetstjenester må selvsagt favne videre enn "nyheter" i betydningen dagsaktuelle hendelser, og må tolkes i lys av mediens samfunnsrolle. I begrepet må ligge rapportering og kommentering av nyheter, aktualiteter, samfunnsstoff, kultur og debatt som dekker publikums behov for informasjon de trenger for å orientere seg, forstå og delta i samfunnslivet, og som avspeiler kultur- og samfunnslivet, som fremmer lesing og bruk av språket og som bidrar til å bygge identitet, kompetanse og forståelse for egen rolle i samfunnet.

Fritaket må derfor omfatte også reportasjer, intervjuer, debatter, innlegg med videre om samfunnsaktuelle spørsmål.

### **Krav til innhold**

Direktoratet skriver at "Departementet har lagt til grunn at avgrensinga i størst mogleg grad bør samsvare med definisjonen av papiraviser, og at det bør vere eit vilkår for fritak at tenesta hovudsakelig inneheld nyheiter og aktualitetsstoff frå eit breitt spekter av samfunnsområde."

MBL mener at avgrensingen må være fremtidsrettet. Det betyr, selv om utgangspunktet er nyheter og aktualiteter, at en fremtidsrettet avgrensing må forholde seg til innholdet, ikke hvem som er utgiver. Den gamle situasjonen med klart adskilte medier utfordres når alle møtes på en felles digital arena. MBL mener at ordningen må bidra til å ivareta statens ansvar for å "legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale", slik det heter i grunnlovens § 100, sjette ledd. Ordningen må videre fremme språk, kultur og identitet, sikre ytringsfrihet, mangfold og kvalitet i mediene, oppfylle politiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet og medvirke til at hele befolkningen har innsyn i og kan ta aktivt del i demokratiske samfunnsprosesser.

Vi må unngå at en snever avgrensing skader det mangfoldet vi ønsker å ta vare på. MBL mener derfor at nyhets- og aktualitetsstoff må tolkes fremtidsrettet, slik at det tas høyde for den omfattende produktutviklingen vi ser og vil se fremover.

Avgrensingen bør stille krav om at mediene selv regelmessig produserer og offentliggjør redaksjonelt innhold og redaksjonelle tjenester som er rettet mot og åpent tilgjengelig for allmennheten og det norske markedet. De må drive formidling av nyheter, aktualiteter, samfunnsstoff, kultur og debatt, og dekke publikums behov for informasjon de trenger for å orientere seg, forstå og delta i samfunnslivet. De må avspeile kultur- og samfunnslivet, fremme lesing og bruk av språket og bidra til å bygge identitet, kompetanse og forståelse for egen rolle i samfunnet.

Vi mener avgrensningen mot smalere tjenester må begrenses til tjenester som utelukkende konsentrerer seg om ett saksområde. Forståelsen av nyhets- og aktualitetsbegrepet må omfatte alle stoff- og fagområder, uavhengig av om enkelte av områdene som dekkes ikke vil være kvalifisert til merverdiavgiftsfritak når de vurderes isolert. Det betyr at den samlede forståelsen av

hovedsakelighetskriteriet må legge en bred forståelse av nyhetskriteriet til grunn, og ikke praktiseres snevert knyttet til spesielle innholdskategorier for nyheter og aktualiteter.

### **Hovedsakelighetskriteriet**

Hovedsakelighetskriteriet er et sentralt prinsipp for avgrensning. Her vil det måtte praktiseres skjønn. Det kan ikke tas utgangspunkt i hvordan hovedsakelighetskriteriet har vært praktisert under gjeldende papirbaserte mva-fritak. En fremtidsrettet og innovasjonsfremmende praktisering av hovedsakelighetskriteriet for elektroniske nyhetstjenester kan ikke kreve at disse skal være tilnærmet kopier av papirproduktene for å omfattes av mva-fritaket. Det vil hindre all innovasjon, og bryter totalt med hvordan de mest fremtidsrettede av dagens digitale produkter ser ut.

Dagens elektroniske, betalte nyhetstjenester kan ha en rekke kjennetegn som med en slik tolkning vil kunne komme i konflikt med hovedsakelighetskriteriet. Det må derfor legges til grunn at elektroniske nyhetstjenester vil bestå av et mangfold av elementer, og at det er summen av disse elementene som er avgjørende for en vurdering opp mot dette kriteriet.

I vurderingen av sammensatte produkter/tjenester må hovedsakelighetsprinsippet anvendes på hele produktet/tjenesten som kunden betaler for. Dersom nyhets- og aktualitetsstoffet fra disse tjenestene er det prinsipale og det betales ett vederlag for hele tjenesten, må vederlaget i sin helhet være unntatt for merverdiavgift. Det må ikke medføre merverdiavgift dersom stoff fra mer enn ett temaområde selges som en separat tjeneste.

Direktoratet viser til det man kaller "aukande bruk av sponsa journalistikk, innholdsmarknadsføring og produktplassering", og skriver at man forutsetter at dette ikke omfattes av tiltaket. Vi er i tvil om hva som menes med dette. Alle inntekter fra annonsering er og vil være omfattet av full merverdiavgift. Fritaket for elektroniske nyhetstjenester vil kun omfatte brukerbetaling. Brukerbetalingen er betaling for alt innholdet som tilbys gjennom et gitt produkt/en gitt tjeneste. Vi tar det derfor for gitt at produkter/tjenester som i tillegg til ordinært finansiert journalistikk også inneholder sponset innhold, og ellers fyller kriteriene, vil være omfattet av fritaket. Innholdsmarkedsføring og produktplassering er former for reklame, og vil være merket som det.

### **Utgivelses- og oppdateringsfrekvens**

Et vesentlig skille mellom trykte nyhetsmedier og nyheter levert digitalt er muligheten for løpende oppdatering. Det bør likevel stilles krav om en gitt og fast oppdateringsfrekvens tilsvarende det som gjelder i dag. Dette for å ha likt krav i den nye ordningen som i det eksisterende fritaket.

Kravet om utgivelsesfrekvens og regelmessighet betyr for digital distribusjon et krav om en regelmessig oppdatering. Vi foreslår derfor at man bruker ordene "publiserer nytt innhold ukentlig eller oftere".

### **Ansvarlig redaktør**

MBL er enig i at de tjenester som skal kvalifisere for mva-fritak må ha en ansvarlig redaktør i henhold til Redaktørplakaten og lov om fridom i media.

## Rettet mot allmennheten

Det legges opp til et krav om at medier som skal være omfattet av ordningen må være rettet mot allmennheten. Dette kravet blir en avgrensning mot tjenester som er eksklusivt rettet mot medlemmer av en klubb, et politisk parti eller en forening.

Vi oppfatter det ikke som en avgrensning mot tjenester som er særskilt rettet mot en spesiell målgruppe. Slike tjenester, som oppfyller øvrige vilkår, rettet mot men ikke eksklusivt tilgjengelig for en bestemt målgruppe, mener vi må være omfattet av fritaket.

## Enkelte avgrensingsspørsmål

### *Gratis tilgang*

En grunnleggende forutsetning er som ellers i merverdiavgiftsloven, at det drives næringsvirksomhet med omsetning av varer og/eller tjenester mot vederlag, jf. mval. §§ 1-1 og 2-1, begge første ledd, samt § 1-3 første ledd bokstav a).

Nyhets tjenestene som omfattes må derfor distribueres mot et vederlag, enten som abonnement eller i form av løssalg. Løssalget kan tenkes å skje ved kjøp av en samlet "utgave"/nummer av en publikasjon, eller av enkeltstående artikler og/eller løpende nyhetsoppdateringer som kan lastes ned eller på annen måte mottas digitalt mot vederlag.

### *Oppsplitting*

Direktoratet legger til grunn at en oppsplitting av innholdet i ulike nettsteder/kanaler, vil innebære at hvert nettsted eller hver kanal må vurderes for seg – altså om hvert nettsted/kanal oppfyller vilkårene for fritak. Vi legger til grunn at denne type vurdering bare vil være aktuell dersom oppsplittingen gjelder i form av etablering av flere og adskilte merkevarer, og ikke vil ha relevans for det faktum at én og samme merkevare vil kunne organisere innholdet sitt i flere ulike kategorier. For eksempel kan et mediehus ha sine egne tematiske inndelinger for kultur, sport, bolig, næringsliv etc. At en abonnent får tilgang til det betalte innholdet innenfor hver av disse kategoriene kan ikke sees på som en oppsplitting i den forstand som det her vises til. Vurderingen må være om den totale tjenesten mediehuset tilbyr, og som er det kunden betaler for, oppfyller kriteriene.

### *Omsetning av enkeltartikler/nyhetsinnslag*

Vi er uenig når direktoratet skriver at enkeltartikler ikke vil være omfattet av ordningen. For det første vil det i hovedsak være snakk om vederlag for artikler som er en del av et pakketilbud som er fritatt. For det andre er det ingen problemer med å avgjøre om en artikkel, et bilde, et videoinnslag er en nyhet eller aktualitet, og for det tredje er det nødvendig å ha en formening om hvordan en serie enkeltartikler skal behandles. På samme måte som det allerede er etablert "dagspass" til det betalte innholdet, så kan det tenkes at det innføres ordning med "klippekort" til innhold.

Nye bruksmønstre innebærer at en del av publikum i større grad enn tidligere etterspør enkeltartikler/nyhetsinnslag. Dersom disse ikke blir omfattet av fritaket vil det være til hinder for å lage gode og bærekraftige tilbud for denne gruppen.

Dersom det omsettes tilgang til enkeltartikler eller innslag fra et medium der nyhets- og aktualitetsstoffet totalt sett har oppfylt vilkårene for fritak, kan fritak for enkeltartikler/innslag eventuelt avgrenses til å gjelde det som ikke bryter fullstendig med hovedkravet om at innholdet skal være journalistisk nyhets- og aktualitetsstoff.

## *TV-kanalpakker*

Direktoratet drøfter spørsmålet om salg av tv/kanalpakker som inneholder både kanaler som er kvalifisert for fritak og kanaler som ikke er det. Vi legger til grunn at hovedsakelighetskriteriet legges til grunn i slike tilfeller.

### **Forskriftsendringen og ikrafttredelse**

Det foreslås slik ny § 6-2-1 i forskrift 15. desember 2009 nr. 1540 til merverdiavgiftsloven (merverdiavgiftsforskriften):

"§ 6-2-1 Elektroniske nyhetstjenester

(1) Med elektroniske nyhetstjenester menes elektroniske tjenester som:

- a) i hovedsak inneholder en bred dekning av nyhets- og aktualitetsstoff
- b) er rettet mot allmennheten
- c) har en ansvarlig redaktør
- d) utgis ukentlig eller oftere"

Vi foreslår at d) endres til:

d) publiserer nytt innhold ukentlig eller oftere

Det legges opp til at forskriften skal tre i kraft 1. mars 2016. Det er viktig for bransjen at ikrafttredelse skjer så raskt som mulig.

### **Nærmere om totalvurderingen**

Avgiftsfritaket forutsettes å gjelde for vederlag som er betaling for nyhetstjenester. Det er samtidig åpenbart at leserne av digitale nyhetstjenester mottar mer enn bare slike nyhetstjenester. Fritaket skal forstås og praktiseres slik at annonsetjenestene avgiftsbelegges separat som i dag. For det øvrige innholdet må det legges et hovedsakelighetskriterium til grunn.

Et hovedsakelighetskriterium bør også gjelde for det tilfelle at det sammen med en redaksjonell tjeneste distribueres en vare eller tjeneste av kommersiell art, men som er klart underordnet og av ubetydelig verdi i forhold til den redaksjonelle delen av tjenesten.

Vennlig hilsen

MEDIEBEDRIFTENES LANDSFORENING



Randi S. Øgrey

Adm. dir.

*Vedlegg: Forslag til angrensningskriterier*

## Vedlegg

### Forslag til avgrensingskriterier

MBL foreslår at følgende kriterier legges til grunn i en praktisk anvendelse av forskriften.

#### Begrunnelse ("generalklausul")

Ordningen etableres for å:

- ivareta statens ansvar for å “legge forholdene til rette for en åpen og opplyst offentlig samtale”,
- fremme språk, kultur og identitet – nasjonalt, regionalt og lokalt
- sikre ytringsfrihet, mangfold og kvalitet i mediene,
- oppfylle politiske, sosiale og kulturelle behov i samfunnet og medvirke til at hele befolkningen har innsyn i og kan ta aktivt del i demokratiske samfunnsprosesser,

#### Krav til mediene

Medier som regelmessig selv produserer og offentliggjør redaksjonelt innhold og redaksjonelle tjenester som er rettet mot og åpent tilgjengelig for allmennheten og det norske markedet, og

- driver formidling av nyheter, aktualiteter, samfunnsstoff, kultur, debatt og dekker publikums behov for informasjon de trenger for å orientere seg, forstå og delta i samfunnslivet, og
- avspeiler kultur- og samfunnslivet, som fremmer lesing og bruk av språket og som bidrar til å bygge identitet, kompetanse og forståelse for egen rolle i samfunnet og
- har en ansvarlig redaktør som er underlagt redaktøransvar, pressens etiske regelverk og som er redaksjonelt uavhengige, i henhold til Redaktørplakaten og “Lov om redaksjonell fridom”.

#### Redaksjonelle krav

Produktet må være klart redaksjonelt fundert, ha journalistisk karakter og

- ha et innhold som har vært gjenstand for en profesjonell publisistisk bearbeiding og kontroll bygget på åpne etterprøvbare redaksjoneltfaglige kriterier, slik disse er beskrevet i Vær Varsom plakatens kap. 1 og
- må inngå i eller avspeile mediets løpende rapportering av nyheter, aktualiteter, samfunnsstoff, kultur, debatt, og om forhold publikums trenger for å orientere seg, forstå og delta i samfunnslivet og
- må fylle minst en av følgende funksjoner; informasjonsfunksjonen, kommentarfunksjonen, overvåkingsfunksjonen, gruppekommunikasjonsfunksjonen, rolleforståelsesfunksjonen.

#### Krav til produktet

Produktet må

- selges til forbruker i form av en abonnementsordning eller som løssalg av enkeltutgaver av tjenesten/enkeltartikler, og

- oppdateres jevnlig og inngå i en serie av utgivelser, og
- det redaksjonelle innholdet må hovedsakelig være nyheter, aktualiteter, samfunnsstoff, kultur og debatt som dekker publikums behov for informasjon de trenger for å orientere seg, forstå og delta i samfunnslivet.

Denne avgrensingen vil være treffsikker i forhold til det innhold man ønsker å stimulere bruk av gjennom fritaket (formålet). Samtidig er den nøytral i forhold til hvordan innholdet distribueres og hvilken teknologi som brukes. Den er med andre ord fremtidsrettet.