



NORSK REDAKTØRFORENING

Rådhusgaten 17, 0158 Oslo – Sentralbord 2240 5050 - www.nored.no – epost: post@nored.no

Skattedirektoratet
Postboks 9200 Grønland
0134 Oslo
skattedirektoratet@skatteetaten.no

Oslo 29. januar 2016

Deres ref.: 2012/33790

Høringsuttalelse – merverdiavgiftsfritak for elektroniske nyhetstjenester

Norsk Redaktørforening (NR), som organiserer 730 redaktører i alle typer medier, viser til høringsbrev og -notat datert 15. desember 2015, med forslag til endring av merverdiavgiftsforskriften.

Utgangspunkt

NRs prinsipielle utgangspunkt er at fritak for merverdiavgift må omfatte alle journalistiske medier, slik disse er definert i mediefridomslova § 2, som omfatter alle publikasjoner «som driv journalistisk produksjon og formidling av nyhende, aktualitetsstoff og samfunnsdebatt».

NR er innforstått med at det aktuelle forslag til endring av forskriften gjelder gjennomføring av en lovendring og at denne er knyttet til en notifiseringsprosess overfor EFTAs overvåkingsorgan ESA. Avgiftsfritaket har svært stor umiddelbar betydning for størsteparten av nyhets- og aktualitetsmediene i Norge. Det er derfor viktig at iverksettelsen ikke blir utsatt, og NR gir derfor tilslutning til hovedlinjene i forslaget til endring i forskriften. Samtidig understreker vi behovet for snarest å arbeide videre med å inkludere også øvrige deler av den journalistiske fag- og magasinpresse i fritaket.

Vi har likevel noen merknader til høringsnotatet og til forslaget til endring.

Innledning

NR vil beklage den passive innstilling Skattedirektoratet synes å legge til grunn for arbeidet med gjennomføringen av den moderniseringsreform som regjering og Stortinget har vedtatt, gjennom inkludering av elektroniske nyhetstjenester i

avgiftsfritaket i merverdiavgiftsloven § 6-2. Direktoratet skriver om begrunnelsen for endringer at gjeldende fritak for papiraviser «er relevant» også for elektroniske nyhetstjenester og at regelverket er en «avgiftsmessig forskjellsbehandling» avhengig av distribusjonsteknologi. Dette er jo ikke galt, men slik har tilstanden vært svært lenge, uten at direktorat eller departement har lyttet til mediebransjens rop om endringer. Hovedbegrunnelse for endringen er selvsagt at hele formålet med fritak av hensyn til samfunnsinformasjon, debatt og norsk språk står i ferd med å gå tapt, dersom rammeverket ikke holder følge med den teknologiske utviklingen og de derpå følgende endringer i publikums medievaner.

På grunnlag av den defensive holdning vi aner hos direktorat og departement, er det ikke underlig at man fortsatt viser til kriterier definert for 50 år siden, av Dagspresseutvalget i 1966, og setter som utgangspunkt at «definisjonen av elektroniske nyhetstjenester i størst mulig grad bør samsvare med definisjonen av papiraviser..».

Det er vårt syn at det skal legges avgjørende vekt på første del av fortsettelsen i samme setning, nemlig at «.. at hovudkriteriet må knytast til innhaldet i tenesta.» Derimot kan vi ikke se at det er dekning for det som temmelig bastant uttrykkes i neste setning, om at «.. dette stoffet er frå eit breitt spekter av samfunnsområder.»

Skal mediepolitikken på dette område være fremtidsrettet, må fritaket også omfatte medier med andre innretninger enn det som er skapt av papirmediene, så lenge innholdet er redaksjonelt, journalistisk og av vesentlig allmenninteresse.

Avgrensningen av innhold må ikke gjøres for snevert. I denne forbindelse viser vi til Kulturdepartementets uttalelse om nyhets- og aktualitetsbegrepet i Ot. prp. nr 19 (2007-2008) s. 16 om mediefridomslova:

«Departementet understrekar at også dei meir spesialiserte delane av pressa fyller viktige funksjonar innanfor sine områder. Særleg legg departementet til grunn at fagpressa har ei sentral rolle når det gjeld fagleg debatt og fagleg utvikling innanfor ulike næringsgreiner, fag og organisasjonar. Sjølv meir nisjeprega publikasjonar vil innanfor sine spesialfelt kunne gi viktige innspel til den allmenne samfunnsdebatten.»

Også Ytringsfrihetskommisjonen (NOU 1999:27) s. 245 var opptatt av at hele presseverdenen, også magasinpressen, ga viktige tilskudd til formålet som ligger til grunn for fritaket. Kommisjonen skriver at «offentlige interessante tema som det forventes at vi som mennesker og samfunnsborgere tar stilling til», vil være av både «politisk, samfunnsmessig, moralsk og kulturell art».

I det følgende vil vi kommentere nærmere enkelte av de merknader direktoratet har gitt i høringsnotatet side 3 til og med 6.

Elektroniske tjenester

Basert på teksten her og de eksempler høringsnotatet ellers gir, går vi ut fra at også audiovisuelle bestillingstjenester, podcast og tilsvarende, i utgangspunktet er omfattet.

Krav til innhold i nyhetstjeneste

Når høringsnotatet skal nevne eksempler på innhold innenfor en enkeltsektor eller enkeltinteresse som ikke skal gå inn under fritaket, synes vi alle de fire nevnte er lite heldige. Kultur vil for eksempel kunne dekke det meste i et samfunn, og både religion, sport og yrke kan som ramme inneholde stoff av stor samfunnsmessig og politisk interesse og betydning. På samme måte som gjeldende ordning omfatter trykte medier «som har brei dekning av ein noko snevrare del av nyheitsbildet», må tilsvarende også gjelde for elektroniske nyhetstjenester. Det er vår oppfatning at innhold også på smale samfunnsområder, som gir viktig informasjon til publikum og er forum for debatt om politikk og kultur på området, må falle inn under fritaket.

Vi vil foreslå ordlyden i bokstav a) slik: «i hovedsak inneholde nyhets- og aktualitetsstoff av stor allmenninteresse»,

Hovudsaklighetskriteriet

Vi slutter oss til merknadene som gis i de to første avsnitt under denne undertittelen i notatet, men antar at i siste setning i andre avsnitt skal stå «berre eitt vederlag».

I tredje avsnitt har direktoratet forutsatt at omsetning ved sponing, innholdsmarkedsføring og produktplassering ikke skal gå inn under fritaket. NR vil minne om at sponing mv både i Vær Varsom-plakaten og i kringkastingsloven ikke skal skje i nyhets- og aktualitetsprogrammer. Etter vår oppfatning vil det være unødig komplisert for medieselskapene å skulle splitte avgiftsplikten på det smale grunnlag som da gjenstår, og tilsvarende komplisert å kontrollere for myndighetene, samt at avgiftsbeløpene vil være av marginal størrelse. I lys av dette mener vi at kun omsetning ved reklame, etter gjeldende regler, skal falle utenfor fritaket.

Utgivelses- og oppdateringsfrekvens

Å snakke om «utgivelse» i tilknytning til elektronisk nyhetstjeneste tyder på at direktoratet fortsatt er opphengt i en papirverden. Vi foreslår at ordlyden i forskriften bokstav d) formuleres slik: «publiserer nytt innhold ukentlig eller oftere».

Ansvarlig redaktør

NR er enig i at vilkåret om at medier bør tilfredsstillere kravet om å ha en ansvarlig redaktør. I dag gjøres det ved å stille krav til at utgiver har godtatt Redaktørplakaten. Vi anbefaler at kravet også stilles med henvisning til mediefridomslova § 3.

Rettet mot allmennheten

Krav om at mediet ikke skal være rettet mot «ein bestemt krets av brukarar» er etter vår oppfatning for ubestemt. Hovedpoenget må være at mediet skal være tilgjengelig for allmennheten. Vi anbefaler å bruke samme form for avgrensning som mediefridomslova har i § 2 andre ledd: «Lova gjeld ikkje medium som har som hovudføremål å drive med reklame eller marknadsføring, eller som hovudsakleg er retta mot medlemmer eller tilsette i bestemte organisasjonar, foreiningar eller selskap.»

Vi foreslår at bokstav b) i forskriften får ordlyden «er tilgjengelig for allmennheten»

Omsetning av enkeltartikler/nyhetsinnslag

NR vil advare mot en fritaksordning som ikke omfatter salg av enkeltartikler eller nyhetsinnslag og lignende, når innholdet allerede er fritatt som del av mediets totale innhold. En slik regel er unødvendig og inkonsekvent. Det er ingen vanskeligheter med å avgjøre om innholdet faller utenfor rammen av journalistisk produsert innhold. Eksempelvis kan det være kryssord, horoskop o.l.

Dessuten er det nødvendig å ha en formening om hvordan en serie enkeltartikler skal behandles. På samme måte som det allerede etablert «dagspass» til betalt innhold, så kan det også tenkes innført en ordning med «klippekort» til innhold. Vi viser også til at det er flere ulike modeller basert på salg av enkeltelementer (såkalte spotify-modeller og mulighet for mikrobetaling) under utvikling i markedet.

Avslutningsvis uttrykker vi håp om at direktorat og departementet gjør alt som er mulig med sikte på å unngå forsinkelser med ikrafttredelse av ordningen.

Med vennlig hilsen

Norsk Redaktørforening



Reidun Kjelling Nybø

kst. generalsekretær