

Skattedirektoratet  
[skattedirektoratet@skatteetaten.no](mailto:skattedirektoratet@skatteetaten.no)

01.02.2016  
Vår referanse: 16-5

## Høring - merverdiavgiftsfritak for elektroniske nyhetstjenester - forskrift

### 1. Innledning

Norsk Journalistlag (NJ) er organisasjonen for redaksjonelle medarbeidere, herunder ledere og frilansere som har journalistikk som yrke. Medlemmer i NJ arbeider på grunnlag av retten til fri informasjon og hensynet til faglig integritet i samsvar med presseetikken. Journalistlaget skal ivareta medlemmenes journalistfaglige interesser og blant annet verne om ytringsfriheten og den redaksjonelle uavhengighet.

Vi viser til Skattedirektoratets høringsbrev, og mener at redaksjonelt mangfold og statens armlengdes avstand til journalistiske medier best sikres gjennom momsfrirket. NJ er derfor lettet over at ESA har godkjent notifikasjonen om nullmoms for elektroniske medier, slik at vi endelig kan få innført et teknologinøytralt merverdiavgiftsfritak for mediebransjen. På bakgrunn av at fritaket betyr mye for mange av våre medlemmer, er vi derfor opptatt av at lovendringen kan tre i kraft allerede i mars.

Vi vil likevel påpeke at vi ikke var enige i kriteriene for fritaket, som ble lagt til grunn i den formelle notifikasjonen som Finansdepartementet sendte ESA. Fritaket vil som kjent bare omfatte tjenester som inneholder en bred dekning av nyhets- og aktualitetsstoff som er rettet mot allmennheten. Dette er etter NJs mening ingen fremtidsrettet og forutsigbar avgrensning. Utviklingen går jo i retning av flere nisjepublikasjoner innenfor spesielle interesse- og fagområder. Notifikasjonen burde etter vår oppfatning vært mer prinsipielt utformet, og inkludert alle digitale medier som anses å ha en demokratisk funksjon som kanal for informasjon og meningsdannelse. Med andre ord burde notifikasjonen etter NJs syn inkludert alle redaksjonelle medier som er omfattet av mediefridomslovas § 2 sitt virkeområde, jf. Ot. prp. nr. 19 (2007-2008) s. 15.

**NJ mener følgelig at den nye momsordningen også bør omfatte fagpressen og magasinpressen. Den bør i det minste omfatte den digitale virksomheten til de som i dag faller innenfor merverdiavgiftslovens fritaksregler for trykte medier. Altså dagspressen og størstedelen av fagpressen. Poenget må være å likebehandle de som driver samme form for profesjonell og uavhengig journalistikk på digitale plattformer.**

## 2. Forslag til forskrift

Ettersom den nye statsstøtteordningen for elektroniske medier allerede er godkjent av ESA, føler vi høringsrundens reelle verdi er noe illusorisk. Siden forslaget imidlertid gjelder gjennomføringen av en påkrevd lovendring, slik at fritaksordningen kan tre i kraft snarest mulig, vil vi likevel kommentere forslaget til forskrift:

Siden moms fritaket skal verne den frie og uavhengige journalistikken, er NJ enig i at en fremtidsrettet avgrensning vil være å beskrive den type redaksjonelt stoff som skal falle innenfor ordningen – uavhengig av plattform.

Idet fritaket er en demokratistøtte som forutsetter salg av innhold, har NJ naturligvis også forståelse for at fritaksordningen kun kan gjelde for redaksjonelt stoff mediene tar betalt for.

Derimot kan det selvfølgelig ikke være slik at fritaksordningen skal avgrenses mot sponset eller produkt plassert journalistikk. Når medier følger markedsføringslovens § 3 om hvordan reklamen skal presenteres og utformes, og det såkalte «seperasjonsprinsippet» er godt ivaretatt, har jo lovgiver på en rekke områder åpnet opp for at både sponing og produkt plassering er tillatt. Det vil likeledes innebære en svært komplisert prosess, både for medieselskapene og myndighetene, å skulle splitte avgiftsfritaket på grunnlag av en slik sontring.

Vedrørende avgrensningen mot medier som er rettet mot en bestemt krets av brukere, mener NJ dette ikke er journalistisk begrunnet. Poenget bør jo være at mediet skal være «tilgjengelig for allmennheten». Følges mediefridomslovas virkeområde, vil en mer nærliggende avgrensning om både dette og reklameinntekter heller kunne hentes i lovens § 2. Her vises det til at: «Lova gjeld ikkje medium som har som hovudføremål å drive med reklame eller markedsføring, eller som hovudsakleg er retta mot medlemmer eller tilsette i bestemte organisasjonar, foreiningar eller selskap.»

Vi er videre enig i at ordningen bør rettes mot medier som har en ansvarlig redaktør, men rettslig mener vi det er mer korrekt å henvise til mediefridomslova § 3, i stedet for den presseetiske Redaktørplakaten.

NJ vil advare mot en avgrensning som skader mangfoldet. Når det gjelder forslaget i utkast § 6-2-1 primo om at fritaket skal gjelde tjenester som «i hovedsak inneholder en bred dekning av nyhets- og aktualitetsstoff», vil NJ vise til at Den europeiske menneskerettsdomstolen (EMD) har tolket nyhets- og aktualitetsjournalistikk vidt. Vilklårene om «hovedsak» og «bred» er etter vår mening ikke i tråd med Menneskerettsdomstolens praksis. *For det første* er det slik at «nyhetskriteriet» ikke innebærer at ytringene objektivt sett må ha «aktuell» nyhetsinteresse, jf. for eksempel EMD Thorgeirson 25.06.1992 og EMD Jersild 23.09.1994. *For det andre* må begrepet «aktualitetsstoff» sees i sammenheng med EMDs forståelse av hvilken journalistikk som har «allmenn interesse». Eksempler her er blant annet saker om politivold, jf. EMD Thorgeirson 25.06.1992, dyremishandling, jf. EMD Bladet Tromsø 20.05.1999, menneskers helse, jf. EMD Bergens Tidende 02.05.2000 og veterinærtjenester, jf. EMD Barthold 21.02.1975.

Bakgrunnen for Menneskerettsdomstolens vide forståelse av begrepet «nyhets- og aktualitetsstoff» er naturligvis demokratihensynet. For som Kulturdepartementet uttalte i Ot.prp. nr. 19 (2007-2008) s. 16 i tilknytning til 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.» (Vår understrekning.)

Også magasinpressen bidrar med andre ord med nyhets- og aktualitetsjournalistikk og er viktig for norsk språk og kultur. Som Ytringsfrihetskommisjonen skriver, vil «offentlige interessante tema som det forventes at vi som mennesker og samfunnsborgere tar stilling til», være av både «politisk, samfunnsmessig, moralsk og kulturell art», jf. NOU 1999:27 s. 245.

**Tolkes mediernes samfunnsrolle i lys av Menneskerettsdomstolens praksis, mener med andre ord NJ at det videre bør være en forholdsvis enkel prosess overfor ESA å inkludere fagpressen og deler av magasinpressen i fritaksordningen.**

Når det gjelder kravet om at tjenesten må «utgis ukentlig eller oftere» i utkastet § 6-2-1 d), mener vi dette er gammelmodige kriterier som ikke passer til en moderne digital mediehverdag. Kriteriene er hentet fra papiravisenes regulering på 1960-tallet, og det er ikke slik digitale medier virker i dag. Heller ikke terminologien «e-tidsskrift og e-avis» treffer dagens digitale medieprodukter.

Det samme mener vi gjelder forslagene om at oppsplittede medier skal vurderes isolert, og at omsetningen av enkeltartikler vil falle utenfor fritaksordningen. Dette er lite fremtidsrettete forslag. Utviklingen går nettopp i retning av personifisert og distribuert redaksjonelt stoff, som blant annet gir nye muligheter for samarbeid med for eksempel sosiale medier. Det gjør at vi løpet av kort kan stå overfor et helt annet mønster med mye mer enkeltsalg av artikler utenom mediehusenes egne plattformer. Det rettslige rammeverket må følge denne teknologiske utviklingen og publikums nye medievaner.

Med vennlig hilsen  
for Norsk Journalistlag



Thomas Spence  
leder



Ina Lindahl Nyrud  
advokat