

Statsbudsjettet for 2024: Momsfritaket for nyhetsmedier må igjen bli plattformnøytralt

Introduksjon

Et levende demokrati er helt avhengig av frie og uavhengige medier. Redaktørstyrte medier er sentrale for tilliten i samfunnet, og er den viktigste motvekten mot den økende strømmen av feilinformasjon, desinformasjon og påvirkningsforsøk.

For å sikre de norske redaktørstyrte mediernes samfunnsrolle i konkurransen mot globale teknologigiganter, må mediene ha full anledning til å nå folk med journalistisk innhold i alle formater og på alle plattformer. Dette er særlig viktig for å sikre at journalistikken når nye generasjoner. Momsfritaket for nyhetsmedier må derfor være plattformnøytralt og fremtidsrettet, slik det var før statsbudsjettet i 2023. Forslaget fra regjeringen i årets statsbudsjett må derfor forbedres.

Om statsbudsjettet i 2023 og forslaget i 2024

I statsbudsjett 2023 ble det plattformnøytrale momsfritaket for nyhetsmedier endret. Nyhetsmedier som utelukkende benyttet seg av lyd og levende bilder, slik som TV 2, mistet momsfrigat, mens avisenes muligheter til å formidle nyheter gjennom annet enn tekst og stillbilder ble kraftig snevret inn. Regjeringens begrunnelse var å forhindre at deler av momsfritaket kom TV-distributører til gode. Stortinget vedtok forslaget, men ba regjeringen om å følge opp saken og "vurdere tiltak for å sikre at lokal- og regionaviser ikke får begrensninger i mulighet til produksjon av video og lyd gjennom mva.-endringene".

I forslaget til statsbudsjett 2024 foreslår regjeringen justeringer i momsfrigatet for aviser. Nyheter kun i lyd eller levende bilder får ikke tilbake momsfrigat. For avisene åpnes det for mer bruk av lyd og levende bilder, men det er *ikke* sikret at avisene ikke får begrensninger jfr. vedtaket og det grunnleggende problemet løses ikke. Konkret endres lovteksten fra at en avis "*i hovedsak må inneholde tekst eller stillbilder*", til at den *«har et overveiende innhold av tekst eller stillbilder»*. Finansdepartementet understreker også at "*hovedformålet til avisen må likevel fortsatt være å produsere nyhet- og aktualitetsstoff i form av tekst eller stillbilder*".

Om momsfrigatet

Momsfrigatet virker og har positive effekter for brukerne, mediene, mediemangfoldet og demokratiet. Fritaket har en lang historie og norske politikere har alltid slått ring om prinsippet om å ikke avgiftsbelegge det frie ord. Allerede da omsetningsavgift ble innført i 1935 ble avisene fritatt. Da momsen kom i 1970 ble aviser og tidsskrifter fritatt. Nyhetsmedienes særstilling som demokratisk infrastruktur ble særlig understreket: "Denne særstillingen for avisene er begrunnet i ønsket om å opprettholde en differensiert dagspresse og derved skape grunnlag for en mangesidig og fri opinionsdannelse". I 1969 var det kun de trykte avisene blant mediene som kunne fylle denne funksjonen og samtidig pålegges en avgift. Fritaket ble også begrunnet med at det var "betenkelig å beskatte det trykte ord i et så lite språksamfunn som det norske. (...) at en eventuell avgiftsplikt kan virke hemmende for en fri opinionsdannelse og at kulturelle hensyn vil bli skadelidende". Medierevolusjonen som siden har skjedd, innebærer at det som var de trykte avisenes demokratiske rolle kan og må løses på mange plattformer og med mange formater. Denne medieutviklingen var også bakgrunnen for at et samlet Storting gjorde fritaket plattformnøytralt fra 2016.

Våre innvendinger til forslaget

Forslaget til justeringer fra regjeringen er verken prinsipielt eller fremtidsrettet. Abonnement på nyhetsmedier er fritatt fordi det journalistiske innholdet har stor betydning for demokratiet. Dette prinsippet må også gjelde om innholdet formidles i video, tekst, stillbilder, lyd eller i ulike kombinasjoner. Derfor må fritaket være plattformnøytralt. Dette prinsipielle utgangspunktet, som det ble brutt med i 2023, har vært en suksess og vært avgjørende for at norske medier er blant de som har lykkes best i verden med digitalisering.

Et plattformnøytralt fritak er fremtidsrettet, og nøkkelen til at norske nyhetsmedier skal kunne lykkes med å nå unge brukere og ivareta mediens samfunnsrolle for nye generasjoner. Mediene er i en tøff konkurranse med globale teknologiganter om folks tid. Det stiller store krav til innovasjon og at mediene formidler nyheter- og aktualitetsstoff på en måte som er attraktiv for brukerne.

Medievanene endrer seg raskt, og spesielt yngre brukere er vant til og forventer formidling gjennom lyd og levende bilder. Et brukerbetalt nyhetsprodukt kun basert på de unges medievaner, ville måtte være så tydelig basert på lyd og levende bilder at det hadde falt utenfor regjeringens utforming av momsfrirket. Med kunstig intelligens får mediene nye muligheter til å nå frem med den samme journalistikken i ulike formater, hvor teknologien kan oversette mellom ulike formater som lyd, video og tekst og stillbilder.

Ved å knytte fritaket til tekst og stillbilder, begrenses avisenes muligheter og det skapes usikkerhet om rekkevidden av fritaket. Medieøkonomien er skjør, og fremtiden blir krevende. Å investere tid og penger i å nå ut til unge, treffe nye medievaner og utnytte ny teknologi, er risikabelt og dyrt, selv uten en risiko for å falle utenfor momsfrirket. Dette gjelder særlig for de mindre mediehusene. Blir dette forslaget stående, vil norske nyhetsmedier være dårligere rustet i kampen mot de globale teknologigantene, og det blir mer krevende å sikre mediens samfunnsrolle.

Regjeringens forslag innebærer også at TV 2 Nyheter er det eneste norske nyhetstilbudet som ikke er omfattet av momsfrirket.

Statsministeren understreket så sent som for to uker siden at rollen til de redaktørstyrte mediene er viktigere enn noen gang. Det er ingen garanti for at denne rollen er der i fremtiden. Et moderne plattformnøytralt momsfrirket for nyhetsmedier vil bidra til at mediene kan konkurrere mot de globale teknologigantene på likere vilkår, utvikle seg i takt med teknologiens muligheter og brukernes forventninger og nå frem med redaktørstyrt, kvalitetssikret og sannhetssøkende journalistikk i en form som nye generasjoner bruker og forstår.

Forslag til løsning

Det er mulig å sikre et fremtidsrettet og plattformnøytralt momsfrirket som åpner for nødvendig innovasjon, samtidig som man adresserer regjeringens begrunnelse for å stramme inn: at deler av momsfrirket kom TV-distributører til gode. Mediebransjen har spilt inn to forslag:

- Forslag knyttet til den avviklede mval. § 6-2: fritaket for elektroniske nyhetstjenester presiseres til å gjelde nyhetstjenester som er særlig rettet mot norske forhold eller et norsk publikum.
- En annen mulig avgrensning er å endre mval. § 6-1 slik at momsfrirket gjelder ved omsetning av nyhetstjenester fra medier omfattet av medieansvarsloven.

Begge disse forslagene er utredet juridisk og spilt inn i høringsrunden, og forslag til lovtekst samt provenyberegning sendes til komiteens postmottak.

Provenyberegning

I Prop. 1S Skatter og avgifter (2023-2024) sier departementet at: "Provenytapet ved et fritak utformet i tråd med MBL antas derfor å være om lag likt som ved gjeninnføring av fritaket for elektroniske nyhetstjenester. I budsjettet for 2023 ble det anslått at avvikling av fritaket for elektroniske nyhetstjenester ga en årlig provenyøkning på 600 mill. kroner."

Vi kan ikke se at dette stemmer. Det er kjent at TV-distributører satte avgiftsfritt grunnlag til den andelen nyhetskanaler utgjorde av antall kanaler. MBLs forslag innebærer at antallet fritatte nyhetskanaler blir langt færre, og at provenytapet dermed blir langt lavere. Basert på dette og Finansdepartementets beregning ved fjerning av fritaket for elektroniske nyhetstjenester i 2023, har mediebransjen beregnet proveny til 225 mill. kr påløpt og bokført 188 mill. kr ved innføring fra 1.1.2024. Beregningen sendes sammen med forslag til lovtekst til komiteens postmottak.