



## FOLKETINGET

### Skatteudvalget

**Til:** Udvalgets medlemmer

**Dato:** 3. april 2019

#### L 222

Forslag til lov om ændring af lov om afgift af lønsum m.v. og momsloven.  
(Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.).  
Af skatteministeren (Karsten Lauritzen).

#### Udkast til tidsplan for udvalgets behandling af lovforslaget

Onsdag den 10. april 2019	1. behandling
Mandag den 15. april 2019	Frist for spørgsmål
Tirsdag den 23. april 2019	Frist for svar og ændringsforslag
Torsdag den 25. april 2019	Politisk drøftelse og afgivelse af betænkning

Med venlig hilsen  
Mads Fallesen,  
udvalgssekretær



## Skatteministeriet

3. april 2019  
J.nr. 2018 - 6375

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed fremsendes høringssvar og høringsskema til Forslag til Lov om ændring af lov om afgift af lønsum m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.) (L222).

Karsten Lauritzen

/ Jeanette Rose Hansen





## Skatteministeriet

3. april 2019  
J.nr. 2018 - 6375

Til Folketinget – Skatteudvalget

Til udvalgets orientering vedlægges høringsskema samt de modtagne høringssvar vedrørende forslag til lov om ændring af lov om afgift af lønsum m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)

Karsten Lauritzen

/ Jeanette Rose Hansen



Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
<i>Advokatrådet</i>	Advokatrådet har ingen bemærkninger.	
<i>Dansk Erhverv (DE)</i>	<p>DE bakker overordnet set op om udvidelsen af nulmomsen til også at omfatte elektronisk leverede aviser.</p> <p>DE mener, at særordninger i videst muligt omfang bør minimeres eller undgås fuldstændigt, medmindre helt særlige hensyn taler herfor.</p> <p>DE er derfor af den opfattelse, at specifikke erhverv el.lign., der fra politisk side ønskes subsidieret økonomisk, principielt bør løses via andre kilder end skatte-, moms- og afgiftssystemet.</p> <p>DE anfører i den forbindelse, at særordninger inden for skattesystemet alt andet lige er med til at komplicere reglerne unødigt.</p> <p>DE peger på, at nulmomsordningen til en vis grad er konkurrenceforvridende i forhold til magasiner, ugeblade mv. og opfordrer derfor til, at fortolkningen af avisbegrebet bliver mere stringent.</p>	<p>Generelt bemærkes, at indførelse af nye reducerede momssatser så vidt muligt bør undgås af flere grunde, og at direkte tilskud ofte er mere målrettede end indirekte tilskud via fx nedsatte momssatser. Danmark har imidlertid i mange år haft en ordning med nulmoms for aviser, hvor definitionen af aviser er fastlagt gennem en årelang praksis. Avismarkedet har dog ændret sig en del, og der er derfor behov for at tilpasse reglerne til udviklingen. Formålet med lovforslaget er således at sikre neutralitet ud fra et teknologisk perspektiv.</p> <p>Fortolkningen af avisbegrebet er restriktiv, jf. de nuværende kriterier, som oprindeligt er fastlagt af Momsnævnet. Andre interesseorganisationer ønsker i modsætning til DE, at kriterierne fortolkes mere lempeligt. Dette er ikke muligt, jf. kommentarerne til Grakom.</p>
<i>Dansk Journalistforbund</i>	Dansk Journalistforbund kan tilslutte sig forslaget og mener at nulmomsen ligeledes skal udvides	Momsdirektivet giver ikke mulighed for, at der kan indføres

Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
<p><i>Danske Medier</i></p>	<p>til også at omfatte elektronisk leverede ugeblade og magasiner.</p> <p>Danske Medier er positive overfor forslaget og kan tilslutte sig de kriterier, der beskrives i bemærkningerne til lovforslaget.</p> <p>Danske Medier anbefaler, at forslaget fremsættes uændret og opfordrer til, at lovgivningsprocessen fremmes, så forslaget kan vedtages inden folketingsvalget og træde i kraft 1. juli 2019.</p> <p>Danske Medier har ingen bemærkninger til udvidelsen af lønsumsafgiften.</p> <p>Danske Medier anbefaler, at der efter vedtagelsen af dette forslag tages fat på en fase 2, som skal sikre, at magasiner og andre publicistiske mediers digitale udgivelser også omfattes af nulmoms, så momsreglerne i Danmark harmoniseres med de øvrige EU-lande på dette område.</p>	<p>nulmoms på andet end aviser i Danmark.</p> <p>I henhold til de nugældende EU-regler er det ikke vil muligt at udvide nulmomsen i Danmark til andre publikationer end aviser.</p> <p>Skatteministeriet er kun bekendt med, at Storbritannien har nulmoms på magasiner, jf. svar på EEU, KOM (2016) 0758, spm. 1 (2016-17). En evt. indførelse af nulmoms på magasiner i Danmark vil således ikke harmonisere momsreglerne i EU på dette område.</p>
<p><i>Dansk Industri (DI)</i></p>	<p>DI er kritisk over for udvidelsen af nulmomsen, da den vil forværre den konkurrenceforvridning, som den eksisterende nulmomsordning</p>	<p>Se kommentarerne til DE.</p>

Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
	<p data-bbox="517 367 890 434">giver anledning til mellem aviser og magasiner.</p> <p data-bbox="517 479 919 651">DI opfordrer derfor til, at nulmomsen helt afskaffes til fordel for en public service-pulje, hvorfra både aviser og magasiner kan søge direkte støtte.</p> <p data-bbox="517 741 916 1066">DI bemærker, at lovforslagets afgrænsning af, hvornår noget er en elektronisk avis, i praksis kan give anledning til udfordringer. DI ønsker derfor at få oplyst, i hvilket omfang der administrativt vil blive fastlagt retningslinjer for, hvorledes afgrænsningen vil blive foretaget.</p> <p data-bbox="517 1151 919 1290">DI ønsker at få oplyst, hvorledes lønsumsafgiften bliver håndhævet i forhold til udenlandske virksomheders salg af elektroniske aviser.</p>	<p data-bbox="1008 741 1394 842">Skattestyrelsen vil, ligesom på andre områder, indarbejde fortolkning i Den Juridiske Vejledning.</p> <p data-bbox="1008 1151 1401 1476">Indledningsvis bemærkes, at lønsumsafgiften er en national afgift på en række momsfrigitte aktiviteter. Afgiftsgrundlaget afhænger af aktiviteten, men overordnet set er grundlaget indenlandsk omsætning og/eller lønsum. Lønsumsafgiften omfatter derfor generelt ikke udenlandske aktiviteter.</p> <p data-bbox="1008 1525 1401 1850">Fsva. aviser er det kun virksomheder, der importerer eller udgiver aviser i Danmark, der er omfattet af lønsumsafgiften. Udenlandske virksomheder vil derfor som udgangspunkt ikke være omfattet af lønsumsafgiften i det omfang, de hverken importerer eller udgiver aviser i Danmark.</p>

Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
<p><i>Erhvervsstyrelsens Team Effektiv Regulering (TER)</i></p>	<p>TER vurderer, at lovforslaget samlet medfører administrative konsekvenser under 4 mio. kr. årligt. De bliver derfor ikke kvantificeret yderligere.</p> <p>TER har ingen bemærkninger til Skatteministeriets vurdering af, at principperne for agil erhvervsrettet regulering ikke er relevante for de konkrete ændringer i lovforslaget.</p>	
<p><i>Grakom</i></p>	<p>Grakom kritiserer, at nulmomsen udvides inden resultatet af konkurrenceundersøgelsen, som blev aftalt i forbindelse med Mediaaftalen for 2019-2023, foreligger.</p> <p>Grakom anfører i den forbindelse, at ved at afvente resultaterne af undersøgelsen vil det kunne undgås, at der gennemføres utilsigtede konkurrenceforvridning på mediemarkedet.</p> <p>Grakom foreslår derfor, at lovforslaget udskydes til analysens konklusioner foreligger.</p> <p>Grakom gør opmærksom på, at EU-Kommissionen har fremsat et forslag, som reviderer det nuværende momsdirektiv, hvor der lægges op til, at medlemslandene får videre rammer til at fastsætte momssatser, herunder også nulsatser.</p> <p>Af hensyn til undgå konkurrenceforvridningen foreslår Grakom</p>	<p>Regeringen og DF er blevet enige om at fremrykke ikrafttrædelsestidspunktet for udvidelsen af nulmomsen fra 1. januar 2020 til 1. juli 2019. Når resultatet af konkurrenceundersøgelsen foreligger, kan forligspartierne tage stilling til, om dette giver anledning til yderligere tiltag. Det bemærkes dog, at de gældende EU-regler ikke giver mulighed for at udvide nulmomsen til andre publikationer.</p> <p>Forhandlingerne i Rådet af det omtalte direktivforslag er i det indledende stadie. Det er derfor uvist, hvilke muligheder det endelige forslag giver de enkelte medlemslande, samt hvornår forslaget kan vedtages og træde i kraft. Hertil bemærkes, at den danske regering generelt arbejder for, at brugen af</p>

Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
	<p>derfor, at lovforslaget udskydes til efter vedtagelsen af Kommissionens forslag om momssatser.</p> <p>Grakom mener, at lovforslaget er uklart for så vidt angår, hvilke medier og hvilke digitale produkter, der vil være omfattet af nulmomsmomsen.</p> <p>Grakom anfører i den forbindelse, at lovforslagets bemærkninger lægger op til en snæver fortolkning af avisbegrebet, mens Kulturministerens udtalelser samt Mediaaftalen for 2019-2023 og finanslovsaftalen for 2019 lægger op til en bred fortolkning, hvor nulmomsmomsen omfatter alle internetbaserede nyhedsmedier.</p> <p>Grakom bemærker i den forbindelse, at det er uklart, om det alene er selve avisen, der er omfattet af nulmomsmomsen, eller om også andet materiale, fx adgang til avisens hjemmeside, er omfattet af nulmomsmomsen.</p> <p>Grakom mener, at kriterierne for, hvornår der foreligger en avis er uklare, og at det kan medføre retssikkerhedsmæssige problemer.</p>	<p>reducerede satser begrænses mest muligt.</p> <p>Idet nulmoms er en undtagelse fra hovedreglen om, at alle leveringer pålægges 25 pct. moms, skal avisbegrebet fortolkes restriktivt.</p> <p>Det er ikke et kriterie, at den elektroniske avis modsvares af en trykt avis, for at være omfattet af nulmomsmomsen. Aviser, der alene udkommer elektronisk, er også omfattet af nulmomsmomsen.</p> <p>Lovforslaget er blevet uddybet for så vidt angår, hvordan abonnementsordninger, der også indeholder andet end en avis momsmæssigt skal behandles. I disse tilfælde, skal der foretages en konkret vurdering af, om der er tale om særskilte ydelser, hoved- og biydelser eller en enkelt ydelse.</p> <p>Kriterierne for, hvornår der foreligger en avis, er nærmere beskrevet i lovforslagets specielle bemærkninger.</p> <p>Idet den danske nulmoms er en såkaldt stand-still bestemmelse, er det ikke muligt at udvide avisbegrebet i momsloven. Af denne grund videreføres de tre hovedkriterier for, hvornår der foreligger</p>



Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
	<p>Grakom bemærker, at støtte til specifikke medietyper eller specifikt indhold bør ske gennem tilskudsordninger og puljer med klare kriterier og ikke gennem momssystemet.</p>	<p>en avis. De nugældende kriterier, der knytter sig til avisens udseende, så som typografi og opsætning, videreføres dog ikke i definitionen af en elektronisk leveret avis.</p> <p>Se kommentarerne til DE.</p>
<p><i>KPMG Acor Tax</i></p>	<p>KPMG Acor Tax (herefter KPMG) kritiserer, at lovforslaget opretholder en statisk retsstilling for medievirksomheders momsafregning, idet definitionen af en avis ikke opdateres.</p> <p>KPMG anfører, at lovforslaget vil være forbundet med afgræsningsproblemer. I den forbindelse henvises til en EU-dom, der fortolker reglerne i direktiv 2010/13/EU om samordningen af regler for audiovisuelle udbud.</p>	<p>Idet den danske nulmoms er en såkaldt stand-still bestemmelse, er det ikke muligt at udvide avisbegrebet i momsloven. Der er derfor lagt op til, at de tre hovedkriterier for, hvornår der foreligger en avis videreføres. En stand-still bestemmelse forudsætter netop, at en bestemt retstilstand opretholdes. I modsat fald bortfalder stand-still bestemmelsen.</p> <p>For så vidt angår henvisningen til EU-dommen og direktiv 2010/13/EU bemærkes, at de begreber eller fortolkninger, der anvendes på andre områder i udgangspunktet ikke har indflydelse på den momsmæssige kvalificering af de samme begreber. Det skal bl.a. ses i lyset af, at direktiver på skatteområdet vedtages med enstemmighed, mens der på andre områder arbejdes med kvalificeret flertal.</p>

Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
	<p>KPMG gør opmærksom på, at der skal tages stilling til, hvordan til-lægsydelser i et avisabonnement momsmæssigt behandles.</p> <p>KPMG mener, at den nugældende fortolkning af avisbegrebet er i strid med ligebehandlingsprincippet og neutralitetsprincippet. KPMG henviser i den forbindelse til, at sammenlignelige leverancer, momsmæssigt bliver behandlet forskelligt. KPMG peger på, at af-grænsningsproblematikken kan løses ved, at der indføres reducerede momssatser på alle elektroniske publikationer.</p>	<p>Lovforslaget er blevet uddybet for så vidt angår, hvordan abonnementsordninger, der også indeholder andet end en avis momsmæssigt skal behandles. I disse tilfælde, skal der foretages en konkret vurdering af, om der er tale om særskilte ydelser, hoved- og biydelser eller en enkelt ydelse.</p> <p>Som udgangspunkt behandles sammenlignelige leverancer ens, men de kan blive behandlet forskelligt afhængig af, om den pågældende leverance fx er en hovedydelse eller en biydelse. Dette er en konsekvens af brugen af reducerede momssatser og -fritagelser. En artikel kan således være omfattet af nulmomsten, hvis den indgår i en publikation, der samlet set udgør en avis, mens den kan være omfattet af de almindelige momsregler, hvis den indgår i en anden publikation end en avis. Med lovforslaget sikres teknologisk neutralitet og ligestilling, idet trykte og elektroniske aviser momsmæssigt behandles ens. Lovforslaget implementerer EU-regler, der netop giver medlemslandene mulighed for at sikre denne teknologiske neutralitet. EU-reglerne giver ikke mulighed for, at medlemslande som Danmark, der har nulmoms på trykte aviser, udvider nulmomsten til andre publikationer. EU har således taget stilling til overholdelsen af neutralitets- og ligebehandlingsprincippet. Lovforslaget anses der-</p>

Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
	<p>KPMG peger på, at det kan være vanskeligt at opkræve lønsumsafgift hos udenlandske virksomheder.</p>	<p>for ikke at være i strid med ligebehandlingsprincippet eller neutralitetsprincippet.</p> <p>De vanskeligheder, som KPMG påpeger er forbundet med brugen af reducerede satser, herunder nulmoms, vil fortsat være tilstede, hvis der blev indført reducerede satser på alle publikationer. Afgrænsningsproblematikkerne vil blot flytte sig til andre områder, fx afgrænsningen mellem annoncer og publikationer eller publikationer og bøger/e-bøger.</p> <p>Se kommentarerne til DI.</p>

*Advokatrådet*

ADVOKAT   
SAMFUNDET

Skatteministeriet  
Nicolai Eigtveds Gade 28  
1402 København K

KRONPRINSESSEGADE 28  
1306 KØBENHAVN K  
TLF. 33 96 97 98

DATO: 18. marts 2019  
SAGSNR.: 2019 - 795  
ID NR.: 585185


[lovgivningoekonomi@skm.dk](mailto:lovgivningoekonomi@skm.dk) + [mlj@skm.dk](mailto:mlj@skm.dk)

**Høring - over forslag til lov om ændring af lov om lønsumsafgift mv. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser mv.)**

Ved e-mail af 7. marts 2019 har Skatteministeriet anmodet om Advokatrådets bemærkninger til ovennævnte forslag.

Advokatrådet har ikke bemærkninger til det fremsendte høringsmateriale.

Med venlig hilsen

  
Andrew Hyuler Crichton  
Generalsekretær

Skatteministeriet  
Nicolai Eigtveds Gade 28  
1402 København K

Pr. mail:  
lovgivningoekonomi@skm.dk og  
mlj@skm.dk

22. marts 2019

## Høringsvar – Lovforslag – nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v. Skatteministeriets journalnummer 2018-6375

Skatteministeriet har den 7. marts 2019 sendt et lovforslag om indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v. i høring.

### Generelle bemærkninger

Lovforslaget udmønter en del af *Mediaftale for 2019-2023* indgået mellem regeringen (Venstre, Liberal Alliance og Det Konservative Folkeparti) og Dansk Folkeparti den 29. juni 2018. Baggrunden for forslaget er, at regeringen ønsker at sikre en bedre balance i det danske mediebillede bl.a. mellem gamle og nye medier. Som et element heri omlægges støtten til trykte og internetbaserede nyhedsmedier, så den bliver mere tidssvarende.

Hensigten med at udvide den nuværende nulmoms på trykte aviser er at sikre platformsneutralitet, således at nulmomsten fremadrettet også omfatter elektronisk leverede aviser.

Som en konsekvens af indførelsen af nulmoms på elektronisk leverede aviser foreslås det, at elektronisk leverede aviser pålægges lønsumsafgift i lighed med de trykte aviser.

### Specifikke bemærkninger

Dansk Erhverv bakker overordnet set op om udvidelsen af den eksisterende nulmomsordning til ikke kun at omfatte trykte aviser men også elektronisk leverede aviser, således at den nuværende momsmæssige særordning for aviser gøres tidssvarende, teknologineutral og uafhængig af produktions- og leveringsmetoder.

Den digitale udvikling har medført, at en nulmomsordning, der alene gælder trykte aviser, ikke længere er hverken afgiftsmæssig neutral eller fremtidssikret.

Dansk Erhverv er dog af den helt grundlæggende opfattelse, at der i skatte-, moms- og afgiftssammenhænge bør sikres neutralitet forstået således, at særordninger uanset formål og omfang i videst muligt omfang minimeres eller undgås fuldstændigt, medmindre helt særlige hensyn taler herfor.

At et erhverv eller et specifikt afgrænset område ønskes subsidieret økonomisk fra politisk side bør principielt set løses via andre kilder end skatte-, moms- og afgiftssystemet.

21. marts 2019



Til Skatteministeriet

Sendt pr. mail til

[lovgivning@oekoekonomi@skm.dk](mailto:lovgivning@oekoekonomi@skm.dk) og [mlj@skm.dk](mailto:mlj@skm.dk)

**Dansk Journalistforbunds høringssvar vedrørende forslag til lov om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.), journalnummer 2018-6375**

Dansk Journalistforbund  
Medier & kommunikation

The Danish Union of Journalists

Gammel Strand 46  
1202 København K  
Danmark

+45 3342 8000  
[dj@journalistforbundet.dk](mailto:dj@journalistforbundet.dk)  
[journalistforbundet.dk](http://journalistforbundet.dk)

Dansk Journalistforbund, DJ, skal hermed fremkomme med sit høringssvar vedrørende ovennævnte udkast til forslag til lov.

DJ kan tilslutte sig forslaget om at udbrede den eksisterende nulmoms på trykte aviser til også at omfatte elektronisk leverede aviser.

Det er et udtryk for, at de sammen med dagbladene spiller en helt central rolle i det danske demokrati.

Efter DJ's opfattelse bør ordningen desuden gælde for elektronisk leverede ugeblade og magasiner.

Hvis dette høringssvar giver anledning til yderligere spørgsmål eller kommentarer, står DJ gerne til rådighed, mail [DJ@journalistforbundet.dk](mailto:DJ@journalistforbundet.dk).

Venlig hilsen  
Hans Jørgen Dybro  
politisk konsulent  
[dybjournalistforbundet.dk](http://dybjournalistforbundet.dk)



DANSKE MEDIER

Fuldmægtig  
Marie Louise Jacobs  
Skatteministeriet

[lovgivningoekonomi@skm.dk](mailto:lovgivningoekonomi@skm.dk)

[mlj@skm.dk](mailto:mlj@skm.dk)

Pressens Hus  
Skindergade 7  
DK-1159 København K

Telefon 3397 4000  
Telefax 3314 2325

[info@danskemedier.dk](mailto:info@danskemedier.dk)  
[www.danskemedier.dk](http://www.danskemedier.dk)

København, 18. marts 2019

### **Høring om lov om lønsumsafgift mm. (indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser mv.) journalnr. 2018-6375**

Danske Medier har med tak modtaget lovudkastet om indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser i høring.

Da omsen blev indført i Danmark i 1962, og da den blev erstattet af momsen i 1967, var der politisk enighed om, at der ikke skulle lægges skat på salget af dagblade og dagbladslignende publikationer, da en oms/moms på medier ville være at betragte som en skat på det frie ord – og dermed virke begrænsende på formidling af debat og nyheder. Der var enighed om, at en sådan skat ikke hører hjemme i et demokratisk samfund.

Den teknologiske udvikling har betydet, at trykte medier i høj grad er blevet suppleret med digitale og internetbaserede medier. Disse medier er blevet pålagt moms, fordi EU's momsdirektiv indtil november 2018 forhindrede, at momsfrigagelsen kunne udvides til digitale udgivelser. Denne EU-begrænsning bortfaldt i november 2018.

Danske Medier finder det positivt, at den danske regering både i medieaftalen fra juni 2018 og i finanslovsforliget 2019 sammen med Dansk Folkeparti har lagt op til, at beskatningen i form af moms på digitale udgivelser af nyhedsmedier fjernes, så der ikke er en forskel på beskatningen afhængig af, hvilken platform nyhederne og debatten formidles på.

Foreningen kan tilslutte sig de kriterier, der beskrives i bemærkningerne til lovforslaget. Det er i store træk de samme kriterier, som både gælder for den redaktionelle produktionsstøtte for trykte og internetbaserede medier, og som er grundlaget for tildeling af momsfrihed for trykte medier.

Danske Medier kan anbefale, at forslaget fremsættes uændret og vil opfordre til, at lovgivningsprocessen fremmes, så forslaget kan vedtages inden folketingsvalget og træde i kraft 1. juli 2019 som forudsat af ministeriet.

Forslaget om at pålægge digitale udgivelser lønsumsafgift på samme måde som for momsfrie trykte medier har Danske Medier ingen bemærkninger til.

En vedtagelse af forslaget vil styrke danske nyhedsmediers digitale udvikling – samtidig med, at medierne styrkes i den hårde konkurrence ikke mindst med de internationale techgiganter.

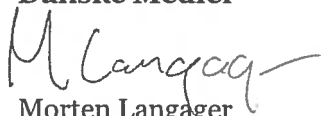
Danske Medier anbefaler, at der efter Folketingets vedtagelse af nulmoms til internetbaserede nyhedsmedier efterfølgende tages fat på en fase 2, som skal sikre, at magasiner og andre

publicistiske mediers digitale udgivelser også omfattes af nulmoms, så momsreglerne i Danmark harmoniseres med de øvrige EU-lande på dette område

Danske Medier er naturligvis til rådighed, såfremt en uddybning af disse synspunkter ønskes. Henvendelse kan rettes til undertegnede på tlf. 2027 8771 eller e-mail [mla@danskemedier.dk](mailto:mla@danskemedier.dk).

Med venlig hilsen

**Danske Medier**



Morten Langager

Adm. direktør



---

**Til:** Lovgivning og økonomi (lovgivningoekonomi@skm.dk)  
**Cc:** Marie Louise Jacobs (MLJ@skm.dk)  
**Fra:** Lene Nielsen (LNI@DI.DK)  
**Titel:** RE: Høring - Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser mv.  
**E-mailtitel:** RE: Høring (SKM: 292549) - Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser mv.  
**Sendt:** 21-03-2019 15:33:45

Til Skatteministeriet

Skatteministeriet har den 7. marts 2019 (j. nr. 2018 – 6375) udbedt sig Dansk Industris bemærkninger til et udkast til lovforslag om indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser mv.

I den anledning bemærkes, at DI er kritisk over for udvidelsen, som vil forværre den konkurrenceforvridning, som den eksisterende nulmomsordning giver anledning til (mellem aviser og magasiner). I stedet opfordrer DI til, at nulmomsordningen helt afskaffes til fordel for en public service pulje, hvorfra både aviser og magasiner kan søge direkte støtte, såfremt deres produkt opfylder kriterierne for public service.

I relation til lovudkastets nuværende udformning finder DI, at afgrænsningen af, hvornår noget er en elektronisk avis, i praksis kan give anledning til udfordringer. Det skyldes, at der er flydende grænser imellem elektroniske nyheder i samlet form som en egentlig elektronisk avis, annoncefinansierede aviser, nyheder præsenteret enkeltvis, nyheder aggregeret fra andre udbydere, reklame og videoindhold. Det ønskes derfor oplyst, i hvilket omfang der administrativt vil blive fastlagt retningslinjer for, hvorledes afgrænsningen vil blive foretaget mellem elektroniske aviser på den ene side og på den anden side elektroniske publikationer, der udelukkende eller hovedsageligt er reklame samt materiale, der udelukkende eller hovedsageligt består af videoindhold eller hørbar musik.

Desuden ønsker DI oplyst, hvorledes man fra dansk side tænker at informere om og håndhæve lønsumsafgiftspligten i relation til udenlandske elektroniske aviser.

Med venlig hilsen

**Lene Nielsen**  
Juridisk konsulent

(+45) 3377 3563  
(+45) 2949 4402 (Mobil)  
[lmi@di.dk](mailto:lmi@di.dk)  
[di.dk](http://di.dk)



Dansk Industri

Læs, hvordan DI behandler og beskytter  
persondata i [DI's Privatlivspolitik](#)

---

**From:** Marie Louise Jacobs <[MLJ@skm.dk](mailto:MLJ@skm.dk)>

**Sent:** 7. marts 2019 14:45

**To:** [samfund@advokatsamfundet.dk](mailto:samfund@advokatsamfundet.dk); Arbejderbevægelsens Erhvervsråd <[ae@ae.dk](mailto:ae@ae.dk)>; [info@cepos.dk](mailto:info@cepos.dk); [cevea@cevea.dk](mailto:cevea@cevea.dk); [dst@dst.dk](mailto:dst@dst.dk); Dansk Erhverv <[hoeringssager@danskerhverv.dk](mailto:hoeringssager@danskerhverv.dk)>; [mail@danskeadvokater.dk](mailto:mail@danskeadvokater.dk); Danske Dagblades Forening <[ddf@danskedagblade.dk](mailto:ddf@danskedagblade.dk)>; Danske Medier <[mail@danskemedier.dk](mailto:mail@danskemedier.dk)>; [dt@datatilsynet.dk](mailto:dt@datatilsynet.dk); DANSKINDUSTRI <[DANSKINDUSTRI@DI.DK](mailto:DANSKINDUSTRI@DI.DK)>; [klarlovgivning@digst.dk](mailto:klarlovgivning@digst.dk); [letbyrder@erst.dk](mailto:letbyrder@erst.dk); [mail@finansdanmark.dk](mailto:mail@finansdanmark.dk); Forbrugerrådet <[hoeringer@fbr.dk](mailto:hoeringer@fbr.dk)>; [fdr@fdr.dk](mailto:fdr@fdr.dk); [fsr@fsr.dk](mailto:fsr@fsr.dk); [mbl@fsr.dk](mailto:mbl@fsr.dk); [kfst@kfst.dk](mailto:kfst@kfst.dk); [kontakt@kraka.org](mailto:kontakt@kraka.org); [sanst@sanst.dk](mailto:sanst@sanst.dk); [sanst@sanst.dk](mailto:sanst@sanst.dk); [jesper.Kiholm@skat.dk](mailto:jesper.Kiholm@skat.dk); [bladpuljen@slks.dk](mailto:bladpuljen@slks.dk); [daf@annoncoer.dk](mailto:daf@annoncoer.dk); [dj@journalistforbundet.dk](mailto:dj@journalistforbundet.dk); [medierne@medierne.dk](mailto:medierne@medierne.dk); [kulturtidsskrifter@hotmail.com](mailto:kulturtidsskrifter@hotmail.com); [info@delokaleugeaviser.dk](mailto:info@delokaleugeaviser.dk); [ga@ga.dk](mailto:ga@ga.dk); [grakom@grakom.dk](mailto:grakom@grakom.dk); [info@justitia-int.org](mailto:info@justitia-int.org); [mediestotte@slks.dk](mailto:mediestotte@slks.dk)

**Subject:** Høring (SKM: 292549)

Til høringsparterne

Vedlagt er materiale vedr. høring af lovforslag om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)

Høringsfristen er den 21. marts 2019.

Med venlig hilsen

**Marie Louise Jacobs**

Skatteministeriet  
Nicolai Eigtveds Gade 28  
1402 København K

21. marts 2019  
19/01966-7

**Erhvervsministeriet har følgende bemærkninger til høring af lovforslag om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)**

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

Erhvervsstyrelsens Team Effektiv Regulering (TER) har modtaget lovforslaget i høring.

Tlf. 33 92 33 50  
Fax. 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 5798000026001  
em@em.dk  
www.em.dk

TER har følgende vurdering af forslagets administrative konsekvenser for erhvervslivet samt bemærkninger til Skatteministeriets vurdering af principperne for agil erhvervsrettet regulering.

**Administrative konsekvenser**

TER har følgende bemærkninger om de administrative konsekvenser for erhvervslivet.

TER vurderer, at lovforslaget samlet medfører administrative konsekvenser under 4 mio. kr. årligt. De bliver derfor ikke kvantificeret yderligere.

**Principper for agil erhvervsrettet regulering**

TER har følgende bemærkninger om Skatteministeriets vurdering af principperne for agil erhvervsrettet regulering.

TER har i høringsperioden været i dialog med Skatteministeriet. Skatteministeriet har herigennem vurderet, at principperne for agil erhvervsrettet regulering ikke er relevante for de konkrete ændringer i lovforslaget. TER har ingen bemærkninger hertil.

Kontaktperson vedr. ovenstående bemærkninger:

Nicolaj Sylvester Brarup  
Fuldmægtig  
Tlf. direkte: 35 29 16 96  
E-post: [NicSyl@erst.dk](mailto:NicSyl@erst.dk)

Sendt per e-mail til:

lovgivningogoekonomi@skm.dk og mlj@skm.dk

Vedr. journalnummer 2018-6375

### **Høringssvar vedrørende forslag til lov om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)**

Grakom – Brancheforeningen for Grafisk Kommunikation & Medier vil gerne takke for invitationen til at afgive høringssvar på lovforslaget. Grakom ønsker grundlæggende en mere fri og lige konkurrence for alle private medier, hvorfor vi også støtter forligspartierne bag medieaftalens generelle ønske om at sikre platformsneutralitet. Det vil sikre en mere tidssvarende mediepolitik, hvor befolkningen sikres billig og nem adgang til et mangfoldigt udvalg af dansksprogede medier. Vi har dog en række kommentarer, som vi håber vil blive taget med i behandlingen af lovforslaget.

#### **1. Fremrykning respekterer ikke medieaftalen og skaber risiko for lovsjusk**

I medieaftalen blev det aftalt at udarbejde en "... undersøgelse af det konkurrencemæssige samspil mellem de traditionelle nyhedsmedier og magasiner" (medieaftalen s. 8). Formålet med analysen var at give Folketingets partier et overblik over konkurrencesituationen og på den baggrund gøre det muligt at lave en langtidsholdbar og fremtidssikret momsordning, der ikke forvrider konkurrencen mellem medier, der konkurrerer indbyrdes.

Tidsplanen i medieaftalen muliggjorde, at man først undersøgte konkurrenceforholdene og derefter gennemførte ændring af momsreglerne. Derved kunne man sikre sig, at den planlagte ændring af momsreglerne ikke ville skabe konkurrenceforvriddning. Hvis analysen viste markant konkurrence mellem digitale aviser og magasinerne digitale platforme, ville man have mulighed for rettidigt at tilpasse ændringen af momsreglerne, så man ikke gennemfører en utilsigtet konkurrenceforvriddning på mediemarkedet.

Der kan være gode grunde til at fremrykke udmøntningen af ændringen af momsreglerne, men så bør man tilsvarende også fremrykke den analyse, der skal give Folketinget kendskab til de konkurrencemæssige konsekvenser ved den foreslåede model. Ved kun at fremrykke momsændringen uden at afvente analysens resultater, beder man Folketinget gennemføre en beslutning på et uoplyst grundlag med betydelig risiko for konkurrencemæssige konsekvenser. Dermed vil Folketinget risikere at medvirke til lovsjusk, der i værste fald kan være EU-stridig konkurrenceforvridende statsstøtte. I lyset af at analysen forventes færdig til maj, henstiller

Grakom derfor til, at man afventer analysens konklusioner og giver tilstrækkelig tid til, at den kan indgå i det lovforberedende arbejde.

Derudover er det vigtigt at bemærke, at en revision af EU's momsdirektiv er på vej. Det kommende momsdirektiv ser ud til at give medlemslandene langt friere rammer for fastsættelse af momssatser, herunder for nulmoms. Det betyder, at der sandsynligvis bliver større frihed til at udvide nulmomsen, så den omfatter alle digitale medier. Det vil løse de konkurrenceretlige problemstillinger, der opstår, når man som i lovforslaget lægger op til, at kun udvalgte medier skal have adgang til særligt lempelige momsregler, mens deres digitale konkurrenter fortsat er omfattet af normal dansk moms. Folketinget vil dermed få mulighed for at gennemføre en mere fremtidssikret løsning for mediernes momsregler. Det vil derfor være hensigtsmæssigt at udskyde ændringen af momsreglerne til efter vedtagelse af det ny EU-direktiv.

## 2. Uklare og konkurrenceforvridende momsregler

Grakom mener ikke, at lovforslaget i tilstrækkelig grad gør det klart, hvilke medier og hvilke digitale produkter, der vil være omfattet, hvis lovforslaget bliver vedtaget i sin nuværende form. På den ene side beskrives der i bemærkningerne til lovforslaget en snæver tolkning: "De overordnede kriterier for, hvorvidt der momsmæssigt foreligger en avis, ændres ikke." og der tales om kun at udvide nulmomsen til at gælde "elektronisk leverede aviser".

Samtidig har vi bemærket, at Kulturministeren i en kommentar til Mediawatch åbner definitionen, når hun siger: "I Danmark betyder det, at vi kan udvide nulmomsordningen til elektroniske nyhedsmedier, fordi vi allerede har nulmoms på trykte nyhedsmedier." (Mediawatch 11/3-2019). Som vi forstår Kulturministeren, så er der tale om en bredere tolkning, der åbner nulmomsen for elektroniske nyhedsmedier i bredere forstand.

Også i medieaftalen fra 2018 er der tale om en bredere fortolkning:

"For at sikre platformsneutralitet ønskes momsfrigørelsen for trykte aviser udvidet til at omfatte internetbaserede nyhedsmedier, når det nødvendige EU-retsgrundlag evt. foreligger."

Det samme indtryk får man af finanslovsaftalen for 2019, hvor der om nulmomsen står:

"Regeringen og Dansk Folkeparti noterer sig, at det juridiske grundlag i EU for at sidestille elektroniske og trykte nyhedsmedier momsmæssigt snart forventes etableret. Regeringen vil på den baggrund forsøge at fremskynde nulmoms på internetbaserede nyhedsmedier, så den kan træde i kraft d. 1. juli 2019."

Her er således også tale om en bred fortolkning, hvor nulmomsen omfatter alle "internetbaserede nyhedsmedier".

Det står derfor ikke klart, om udvidelsen af nulmomsen skal tolkes snævert, så det kun gælder elektroniske udgaver af de trykte aviser, der i dag er omfattet af nulmoms. Skal den elektronisk leverede avis fx være typografisk opsat, så den ligner en trykt avis? Eller skal det forstås bredere som, at medier med nyheder og aktualitetsstof med løbende udgivelser, der udkommer i form af en hjemmeside eller via særlige apps til mobile enheder, også vil være omfattet? Der er behov for en afklaring af om digitale nyhedsmedier, der ikke udkommer på tryk, som fx Zetland, Altinget, Watch-medierne og Finans.dk, vil være omfattet af nulmoms med disse regler. Det står ikke klart, hvorledes man definerer en digital avis. Der synes at være stor forskel på definitionen hvis man sammenligner lovforslaget med teksten i både medieaftalen og i finanslovsaftalen.

Det er Grakoms opfattelse, at lovforslaget lægger op til en meget snæver fortolkning, hvor det i realiteten udelukkende er de aviser, der i dag er omfattet af nulmoms, der får mulighed for nulmoms isoleret set på den digitale udgave af den trykte avis. Men det åbner til gengæld for en række uklarheder.

Det står således ikke klart, om det kun er selve e-avisen, der er omfattet af nulmoms eller om det også gælder det indhold, der finder vej til avisens hjemmeside? Abonnementsstrukturen på mange aviser er, at tegner man et digitalt abonnement, og derfor ikke modtager den trykte avis, så får man adgang til alle betalingsartikler og magasinartikler på mediets hjemmeside samt adgang til e-avisen. Hvorledes vil momsreglerne være for et produkt, der fx indeholder en digital udgave af en trykt avis samt onlineadgang til mediets nyhedssite? Hvis nyhedssitet i realiteten bliver omfattet af nulmoms, fordi det er knyttet til en digital avis og leveres "gratis" sammen med et medie med nulmoms, hvorledes vil det så stille konkurrenterne til nyhedssitet, som ikke udgiver en digital avis i lovens snævre fortolkning? Der vil efter Grakoms vurdering være tale om en markant konkurrenceforvridning til skade for de nye internetbaserede nyhedsmedier, der ikke i dag udgiver en trykt avis. Det skal ses i lyset af, at det netop var disse medier, man ønskede at tilgodese med en modernisering af momsreglerne.

Den snævre fortolkning, som synes at fremgå af lovforslaget står i markant kontrast til de formuleringer, der har været fra både regeringen og forligskredsen i forbindelse med medieaftalen og finanslovsaftalen. Det ser således ud til, at lovforslagets indhold ikke er i overensstemmelse med de politiske aftaler.

Hvis der er tale om en bredere fortolkning, som omfatter alle internetbaserede nyhedsmedier som formuleret i de politiske aftaler, så rummer lovforslaget en række andre problemstillinger.

Hvis det skal fortolkes bredt, er lovforslagets definition af digitale aviser særdeles uklart. Det står således ikke klart, hvorledes man på et internetbaseret nyhedsmedie skal definere "en videre kreds af læsere" og "bredt emneområde", ligesom det ikke står klart, hvorledes disse medier skal forholde sig til krav om typografi, layout, oplagstal m.v. Det står heller ikke klart, hvorledes man definerer udgivelsesfrekvenser og "nyheder" på digitale medier, der udkommer konstant eller efter behov.

Hvis den brede fortolkning fra de politiske aftaler står til troende, så mener Grakom, at en række digitale medier fra magasinudgivere ligeledes kan omfattes af nulmoms, da disse også er nyhedsmedier. Hvis det ikke er hensigten, så bør der opstilles langt tydeligere kriterier for, hvornår et medie er omfattet af nulmoms.

Et afgørende problem ved lovforslaget, såfremt det skal fortolkes bredt i overensstemmelse med de politiske aftaler, er de konkurrencemæssige forhold.

Den nuværende ordning med nulmoms omfatter udelukkende trykte aviser. Det er et snævert afgrænset marked, der kun i begrænset omfang historisk set har været i konkurrence med andre typer af medier. Med udvidelsen af nulmomsen, flyttes nulmomsen til gengæld ind på markedet for internetbaserede nyhedsmedier. Det er et helt anderledes marked, hvor forskellige typer af medier konkurrerer om både læsere og annoncører. Her er traditionelle avishuse i konkurrence med både brede nyhedsmedier og nicheprægede nyhedsmedier. Magasinudgiverne konkurrerer på nyhedsmarkedet med dagbladenes nyhedssite, og dagbladenes nyhedssite sektioneres, så de går direkte ind i konkurrence på magasinernes traditionelle stofområder. Konkurrencebilledet er således markant anderledes på det digitale mediemarked end på det trykte mediemarked.

Med en nulmoms, der kun gælder en del af medierne på det digitale nyhedsmarked, vil der være betydelig risiko for, at de danske momsregler bliver konkurrenceforvridende. Udvidelsen til digitale medier vil dermed risikere at være EU-stridig, netop fordi konkurrenceforholdene er helt anderledes end på det trykte mediemarked.

Netop derfor er det vigtigt at afvente resultaterne af konkurrenceanalysen, som det også var forudsat i medieaftalen fra 2018.

### **3. Retssikkerhedsmæssige problemer**

Den ovenfor beskrevne uklarhed fører efter Grakoms opfattelse til retssikkerhedsmæssige udfordringer, hvis lovforslaget gennemføres i sin nuværende form.

Danmark er allerede i dag det eneste land i EU, der foretager en sondring på baggrund af nyhedsstof og typografiske/tekniske forhold, og således har et nulmomssystem, hvor man vurderer ud fra en række subjektive kriterier. Definitioner om bredere interesse, udgivelsesfrekvens og aktualitetsbegrebet, er fra en anden tid, hvor nyheder udkom på tryk én gang om dagen. Som også beskrevet i forrige afsnit, så er det enormt uklart, hvordan disse kriterier helt konkret defineres, og hvem der foretager disse. Blandt kriterierne er, som beskrevet i bemærkningerne til lovforslaget, at "... publikationen skal henvende sig en videre (almen) kreds af læsere, og publikationen skal behandle et bredt emneområde." Hvordan defineres en almen kreds af læsere i en moderne, digital medieverden, og hvornår er et emneområde for smalt? Hvis et medie eksempelvis kun dækker politik, men dækker det bredt, er det så tilstrækkeligt?

Som medievirksomhed kan man stå i en situation, hvor forskydninger i den redaktionelle linje fra ét år til et andet kan betyde, at man pludselig ikke lever op til kravene

om nulmoms. Også for nye medier vil det være uigennemskueligt, om man er omfattet af nulmoms med fremtidige udgivelser, eller om man skal forvente at være omfattet af normal moms. Denne uklare ved de nuværende kriterier, når de overføres til det digitale område, skaber et betydeligt retssikkerhedsmæssigt problem, der kan have store konsekvenser for medierne og for konkurrencen på mediemarkedet.

Grakom mener derfor, at der er behov for mere klarhed og forudsigelighed om disse for at sikre retssikkerheden på området. Reglerne om nulmoms for medier bør bygge på objektive kriterier og ikke være underlagt skønsmæssige vurderinger af hvad der kan defineres som en nyhed, om mediet er almen nok i læserskaren og bredt nok i emnevalget. Momsregler skal man som medievirksomhed kunne regne med.

#### **4. Ikke i overensstemmelse med medieaftalens hensigt**

Kulturministeren og ordførere fra forligskredsen har ved flere lejligheder gjort det klart, at det netop var ønsket, at nyhedsmedier, der i dag ikke er omfattet af nulmoms, skulle sidestilles med trykte aviser, f.eks. en lang række nye medier og medieformater. Uanset om udvidelsen skal forstås snævert eller bredt, vil forslaget skabe en forskelsbehandling mellem grundlæggende ensartede digitale medier, som savner begrundelse i den moderne medievirkelighed.

Medieaftalen forsøger at imødegå denne risiko ved at sikre sig et oplyst videngrundlag i form af analysen af den konkurrencemæssige situation. Den fremskudte lovbehandling uden analyse medfører, at aftaleparterne reelt ikke ved om nærværende lovforslag lever op til det, der er aftalt i medieaftalen eller ej.

Vi mener derfor, at det i Folketingets behandling af lovforslaget bør sikres, at lovforslaget lever op til hensigten med medieaftalen, og at der ikke indføres en konkurrenceforvridende nulmoms for visse digitale medier.

Der kan være gode grunde til, at man fra politisk hold ønsker at understøtte specifikke medietyper eller specifikt indhold. Grakom er dog af den grundlæggende holdning, at dette bør ske gennem tilskudsordninger og puljer og ikke gennem momssystemet. I Danmark har vi en tradition for ensartet momssystem for alle. Det er et, for skattesystemet, sundt princip. Det er enkelt, gennemskeligt og administrerbart. Der er ikke brug for flere komplikationer i det danske skatte- og afgiftssystem. Også derfor er det en uheldig udvikling at bruge momssystemet til erhvervsstøtteordninger i stedet for blot at indføre en gennemskelig støtteordning med klare kriterier.

Venlig hilsen



Thomas Torp  
Administrerende direktør

Skatteministeriet  
Nicolai Eigtveds Gade 28  
1402 København K  
Att: [lovgivning@goekonomi@skm.dk](mailto:lovgivning@goekonomi@skm.dk) og  
[sdmlj@skm.dk](mailto:sdmlj@skm.dk)  
Journalnummer 2018-6375

### **Høringssvar til forslag til lov om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)**

Skatteministeriet har den 7. marts 2019 udsendt ovennævnte lovforslag i høring.

Lovforslaget har til formål at udvide den eksisterende nulmoms på trykte aviser i medfør af momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, til også at omfatte elektronisk leverede aviser. Endvidere bliver elektronisk leverede aviser omfattet af lønsumsafgift efter samme regler, som trykte aviser er det i dag, jf. lønsumsafgiftsloven § 4, stk. 5.

Lovforslaget giver efter vores opfattelse anledning til en række spørgsmål og kommentarer, der redegøres for i nærværende høringssvar.

#### **Generelle bemærkninger**

Med lovforslaget bliver elektronisk leverede aviser momsretligt sidestillet med trykte aviser. Af lovforslaget fremgår det, at "*[h]ensigten med lovforslaget ... ikke [er] at udvide den momsmæssige definition af en avis, men blot at elektroniske versioner af aviser ligeledes skal være omfattet af nulmomsen og lønsumsafgiften.*" (Vores understregning).

Avisbegrebet i de danske momsregler hviler primært på en mere end 50 år gammel administrativ praksis, da avisbegrebet ved indførelsen i momsloven ved lov nr. 102 af 31. marts 1967 eller senere ikke er blevet tilstrækkelig klart defineret.

Vores primære kritikpunkt er, at der med lovforslaget søges opretholdt en statisk retsstilling for medievirksomheders momsafregning på trods af, at mediemarkedet har udviklet sig kraftigt de seneste 50 år og i de seneste år endog har udviklet sig særdeles dynamisk. Den manglende sammenhæng mellem regler og virkelighed bliver således endnu mere udtalt, hvis lovforslaget vedtages, som det foreligger.

Som det vil fremgå nedenfor, vil en effektivering af lovforslaget desuden være i strid med det grundlæggende EU-retlige ligebehandlingsprincip, EU-momsrettens afgiftsneutralitetsprincip og EU' statsstøtte regler.



Dette kan potentielt medføre pligt til tilbagebetaling af afgift for de medievirksomheder, der bliver tilgodeset, og udbetaling af erstatningskrav til de medievirksomheder, der sættes i en ugunstig markeds-mæssig position.

### **Afgrænsningsproblemstilling**

I henhold til lovforslaget er kriterierne for, hvorvidt der foreligger en avis i momslovens forstand, fastsat i administrativ praksis. Det anføres i lovforslaget, at følgende kriterier skal være opfyldt:

*"For at en publikation momsmæssigt anses som en avis, skal en publikation primært læses på grund af sit indhold af aktuelt nyhedsstof, publikationen skal henvende sig en videre (almen) kreds af læsere, og publikationen skal behandle et bredt emneområde. Der foretages en helhedsvurdering af publikationen, som også kan tage hensyn til, om publikationen fremtræder som en avis i teknisk og typografisk henseende (papirkvalitet, tryk, layout m.v.), om publikationen sælges i løssalg eller kun til abonnenter, oplagets størrelse og om redaktionen er godkendt til at uddanne journalister."*

Afgrænsningen af aviser har medført, at danske ugeblade og magasiner som langt overvejende hovedregel ikke er blevet anset som publikationer, der er omfattet af nulmomssatsen efter momslovens § 34, stk. 1, nr. 18.

Dette uanset, at trykte danske ugeblade og magasiner i mange tilfælde har det samme redaktionelle indhold som trykte aviser, der er omfattet af nulmomssatsen efter momslovens § 34, stk. 1, nr. 18.

Denne forskelsbehandling bliver endnu mere udtalt i elektroniske udgaver.

I administrativ praksis har et hovedkriterierne for, at aviser og ugeblade/magasiner momsmæssigt skal behandles forskelligt, været et forskelligt layout. Principielt finder vi, at det må være indholdet og ikke indpakningen, der er afgørende for, hvorvidt et nyhedsmedie kan betragtes som en momsfri eller momspligtig udgivelse. I elektroniske udgaver er der selvsagt ingen layoutmæssig forskel, og dette kriterie vil derfor bortfalde.

Herefter må det eneste kriterium være indholdet. Det vil sige, hvilke "nyheder" betragtes som momsfrie, og hvilke "nyheder" skal betragtes som momspligtige. I den nugældende momspraksis er denne problemstilling ganske uklar.

Ifølge lovforslaget vil de trykte medier, der i dag har momsfrigtagelse plus lignende typer af medier, der alene udkommer elektronisk, kunne opretholde momsfrigtagelsen, mens de trykte medier, der i dag er momspligtige, fortsat vil være momspligtige uanset, at de indholdsmæssigt er sammenlignelige. Dette vil imidlertid ikke være gangbart. I givet fald vil momsfrigtagelsen nemlig dermed være statisk og de facto bero på udgiveren og ikke på indholdet.

Generelt set har den danske tabloidpresse samme redaktionelle nyhedsstof som ugebladene, og ugeaviserne har samme redaktionelle linje som en række månedsmagasiner. Alene af den grund vil der være tale om en åbenlys forskelsbehandling.

Hertil kommer at et elektronisk medie ikke er en statisk størrelse. For det første kan indholdet ændres på sekunder. Et elektronisk medie kan derfor det ene øjeblik i overvejende grad indeholde momsfrit nyhedsstof og i det andet øjeblik i overvejende grad indeholde momspligtigt nyhedsstof. Dermed skifter det enkelte elektroniske medie løbende objektivt mellem at være henholdsvis et momsfri og et momspligtigt medie.

For det andet varierer indholdet alt efter, hvilken medieenhed der anvendes. Af hensyn til optimering af annonceindtægterne varieres de nyheder, der stilles til rådighed for den enkelte læser gennem en række algoritmer. Hvis den samme læser har to medieenheder og anvender disse forskelligt – f.eks. en primært til politik og en primært til mode – vil læseren blive præsenteret for to forskellige nyhedsudbud fra den samme elektroniske udgivelse. Lovforslaget må nødvendigvis indebære, at læserens abonnement dermed i denne ene situation – alt efter hvordan kriteriet for momsfritagelse egentlig er – vil være knyttet op på et momsfrit medie og i den anden situation op på et momspligtigt medie.

De overordnede principper for konkurrencelighed vil vi vende tilbage til, men i tilknytning til ovennævnte henvises til EU-Domstolens dom i sag C-347/14, *New Media Online GmbH*.

I denne sag skulle EU-Domstolen tage stilling til om en avis, der på deres hjemmeside også bragte videoklip, var omfattet af Direktiv 2010/13/EU om samordning af reglerne for audiovisuelle udbud.

Om dette direktiv kan det for det første konstateres, at det i præambelens betragtning 28 er anført, at markedet for on-demand audiovisuelle tjenester er "tv-lignende", og disse tjenester derfor konkurrerer med fjernsynsudsendelser. Det vil sige, at det heraf fremgår, at eksempelvis Danmarks Radio er i konkurrence med f.eks. Netflix, jf. også dommens præmis 23. Ordet "program" skal dermed fortolkes dynamisk.

Der ses ud fra disse principper ikke at være grundlag for ikke også at antage, at også aviser og ugeblade/månedsmagasiner er i indbyrdes konkurrence, og markedsudviklingen som sådan fordrer en dynamisk regeltilpasning.

I samme direktivs præambel, betragtning 28, er det anført, at direktivets anvendelsesområde ikke bør dække elektroniske udgaver af aviser og blade (heri er der således også iboende en ligestilling mellem aviser og ugeblade/månedsmagasiner).

Det, som EU-Domstolen skulle tage stilling til, var således om præambelens betragtning 28 udgjorde en generel fritagelsesklausul for direktivets regler for den pågældende avis.

Om dette konkluderer EU-Domstolen for det første, at elektroniske medier giver brugeren mulighed for individuelle søgninger (præmis 21), og at formålet med direktivet er at skabe ens rammer for konkurrence mellem aktører inden for audiovisuelle medietjenester (præmis 22).

På bl.a. dette grundlag konkluderer EU-Domstolen i præmis 28, at direktivets betragtning 28 ikke kan forstås sådan, at direktivet friholder udbyderen af de audiovisuelle tjenesteydelser, blot fordi udbyderen bag webstedet er en online-avis.

Der skal derimod efter dommens præmisser foretages en vurdering af, hvad der i hvert enkelt tilfælde er hovedformålet med den omhandlende tjenesteydelse, jf. præmis 29. I henhold til dommens præmis 31 kan hovedformålet ikke afhænge af spørgsmålet om webstedet i sin helhed vedrører selskabets hovedaktivitet eller en aktivitet, som for virksomheden alene har accessorisk karakter. Det ligger således i denne præmis, at fritagelsen efter direktivet ikke beror på subjektet, men derimod på det objektive indhold. Denne betragtning kan overføres direkte til momslovgivningen.

Der skal derfor, jf. dommens præmis 34, foretages en vurdering af, om de pågældende tjenester har et selvstændigt indhold i forhold til de skrevne artikler.

På samme måde må der nødvendigvis – løbende – foretages en vurdering af, om den elektroniske udgave af en avis redaktionelt svarer til den redaktionelle linje, som berettiger til momsfritagelse. Hvis den nugældende praksis for momsfritagelse ønskes opretholdt, må der derfor foretages en vurdering af, om den elektroniske avis i overvejende grad indeholder artikler, der berettiger til momsfritagelse, og modsætningsvist ikke i overvejende grad indeholder personelle nyheder eller eksempelvis temaartikler.

Som nævnt vil dette imidlertid være en vanskelig øvelse alene af den grund at de elektroniske nyhedsmediers indhold kan ændre sig flere gange i løbet af blot en time og i øvrigt divergere alt efter, hvilken bruger (medieenhed) der koblet op på websiden.

Lovforslaget vil endvidere medføre, at Skattestyrelsen – ud over at foretage en vurdering af, hvorvidt et dansk elektronisk medie opfylder betingelserne for nulmoms – også skal foreholde sig til, om eksempelvis græske, italienske eller franske medier opfylder betingelserne for nulmoms ved levering til danske brugere her i landet. Det er vores opfattelse, at Skattestyrelsen vil have særdeles svært ved at administrere disse regler i praksis.

Andre forhold, der skal adresseres i forbindelse med en momsfritagelse, er bl.a. salg af abonnement, hvor kunden opnår en række tillægsydelser. Der tænkes her på den situation, hvor en medieudgiver udbyder et abonnement til en elektronisk leveret avis, der i sig selv vil opfylde kriterierne for en avis, men hvor abonnementet samtidig har indhold, der i sig selv ikke vil kunne blive omfattet af nulmoms-satsen. Det kunne eksempelvis tænkes, at et sådant abonnement vil give adgang til (ud over avisindhold) net-tv, e-bøger, artikelarkiv, lyd-avis, erotisk indhold samt magasiner med royalt-, kendis-, rejse-, bolig-, mode-, kulturindhold mv.

Fællesnævneren for det førnævnte indhold er, at hvis indholdet selvstændigt var blevet udgivet og leveret i trykt form, vil sådanne publikationer ikke blive anset for at omfattet af begrebet avis efter momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, og det må derfor antages, at en elektronisk levering ligeledes vil betyde, at momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, ikke vil finde anvendelse.

#### ***Neutralitetsprincippet og ligebehandlingsprincippet***

Det er vores opfattelse, at den nugældende fortolkning af anvendelsesområdet for momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, strider mod to af de grundlæggende momsretlige principper – nemlig ligebehandlingsprincippet og neutralitetsprincippet. Ligebehandlingsprincippet tilsiger netop, at lige forhold behandles ens,

og ulige forhold behandles forskelligt. Neutralitetsprincippet tilsiger ud fra samme betragtning en økonomisk lighed.

Ved Rådets direktiv 2018/1713/EU har Danmark fået mulighed for at udvide momsfrigagelsen for trykte aviser til også at omfatte elektroniske aviser. Rådets direktiv 2018/1713/EU giver imidlertid ikke i sig selv mulighed for, at dette kan ske uden iagttagelse af overholdelse af de grundlæggende moms- og EU-retlige principper. Det betyder med andre ord, at Danmark ikke autonomt kan vælge, hvilke udgivelser der er omfattet af nulmomssatsen for aviser.

Dette følger af EU-Domstolens retspraksis, der bl.a. er udtrykt i EU-Domstolens dom i sag C-267/99, *Adam*:

*"35. Heraf følger, at fastlæggelsen og definitionen af de transaktioner, på hvilke der kan anvendes en reduceret sats på grundlag af disse bestemmelser i sjette direktiv, henhører under de pågældende medlemsstaters kompetence.*

*36. Ved udøvelsen af denne kompetence skal medlemsstaterne dog overholde princippet om afgiftsneutralitet. Dette princip er blandt andet til hinder for, at sammenlignelige varer eller tjenesteydelser, som konkurrerer indbyrdes, behandles momsmæssigt forskelligt, således at de pågældende varer eller tjenesteydelser skal pålægges en ensartet sats (jf. i denne retning dom af 3.5.2001, sag C-481/98, Kommissionen mod Frankrig, endnu ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 22).*" (Vores understregninger).

Danmark har således en ret til at definere, hvilke varer og ydelser der er underlagt reducerede momssatser. Det vil dog være en retsvildfarelse at tro, at Danmark autonomt kan vælge nulmomssatsens omfang. Momslovens § 34, stk. 1, nr. 18 skal således – som det klart fremgår af ovennævnte retspraksis – udøves under iagttagelse af ligebehandlingsprincippet. Lovgivningsmagten har i den forbindelse en forpligtelse til at sikre, at der ikke er nogen borgere eller virksomheder, der behandles ulige.

Dette princip kan bl.a. udledes af EU-Domstolens afgørelse i de forenede sager C-443/04 og C-444/04, *Solleveid + van den Hout-van Eijnsbergen*præmis, 30-31, 35 og 39:

*"30. Denne skønsbeføjelse omfatter ikke blot beføjelse til at fastlægge de kvalifikationer, som kræves til udøvelsen af de pågældende erhverv, men også beføjelse til at fastlægge de særlige former for terapeutisk behandling, som henhører under disse erhverv. Da de forskellige kvalifikationer, som erhverves af tjenesteyderne, ikke nødvendigvis giver dem forudsætninger for at yde alle typer behandlinger, er en medlemsstat ved udøvelsen af sin skønsbeføjelse berettiget til at antage, at fastlæggelsen af de paramedicinske erhverv ville være ufuldstændig, hvis den kun indebærer fastsættelse af generelle krav til tjenesteydernes kvalifikationer uden at præcisere de behandlinger, som tjenesteyderne er kvalificeret til at udføre som led i udøvelsen af erhvervene.*

*31. Medlemsstaternes skønsbeføjelse på dette område er dog ikke ubegrænset.*

(...)

35. Det fremgår imidlertid af Domstolens praksis, at kravet om en korrekt og enkel anvendelse af momsfratagelserne hverken berettiger medlemsstaterne til at tilsidesætte de formål, der forfølges med sjette direktiv, eller tilsidesætte fællesskabsrettens principper i øvrigt, navnlig ligebehandlingsprincippet, som på momsområdet kommer til udtryk i princippet om afgiftsneutralitet (jf. Dornier-dommen, præmis 42 og 69, dom af 26.5.2005, sag C-498/03, Kingscrest Associates og Montecello, Sml. I, s. 4427, præmis 29 og 52, og af 12.1.2006, sag C-246/04, Turn- und Sportunion Waldburg, endnu ikke trykt i Samling af Afgørelser, præmis 44-46).

(...)

39. Hvad for det andet angår princippet om afgiftsneutralitet, som udgør en uadskillelig del af det fælles momssystem, bemærkes, at dette princip ifølge Domstolens praksis er til hinder for, at tjenesteydelser, der er sammenlignelige, og som dermed konkurrerer indbyrdes, behandles forskelligt med hensyn til momsen (dom af 23.10.2003, sag C-109/02, Kommissionen mod Tyskland, Sml. I, s. 12691, præmis 20, og Kingscrest Associates og Montecello-dommen, præmis 54)." (Vores understregninger).

Det bemærkes i den forbindelse, at det anføres i lovforslaget, at:

*"Nulmomsten er en undtagelse til det almindelige udgangspunkt om, at alle leveringer af varer og ydelser pålægges moms. Overstående kriterier for, hvorvidt der foreligger en avis, skal derfor fortolkes snævert, jf. det almindelige momsretlige princip om, at undtagelser skal fortolkes indskrænkende." (Vores understregning).*

Det er korrekt, at udgangspunktet er, at undtagelser skal fortolkes snævert, men dette må ikke resultere i, at sammenlignelige leverancer behandles forskelligt, jf. de forenede sager C-443/04 og C-444/04, Solleveld + van den Hout-van Eijnsbergen.

Det er derfor vores klare opfattelse, at momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, ikke kan fortolkes snævert, når det skal vurderes, om et medie er omfattet af momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, hvis det pågældende medie er i indbyrdes konkurrence med aviser, der i dag er omfattet af momslovens § 34, stk. 1, nr. 18. Det vil således stride mod de grundlæggende generelle EU-retlige og konkrete momsretlige principper.

Det er dog vores opfattelse, at afgrænsningsproblematikken forholdsvis let kan minimeres. Rådets direktiv 2018/1713/EU giver nemlig grundlag for, at medlemslandene, herunder Danmark, kan løse afgrænsningsproblematikken ved at give adgang til en nedsat momssats på alle elektroniske publikationer med undtagelse af de i Rådets direktiv 2018/1713/EU nævnte publikationer. Ved en sådan løsning undgår man nødvendigvis at sondre mellem elektronisk leverede aviser på den ene side og øvrige elektronisk leverede publikationer på den anden side.

### **Lønsumsafgift**

Lovforslaget om nulmomssats på elektronisk leverede aviser vil medføre, at virksomheder, der udgiver aviser, herunder elektronisk leverede aviser, skal betale lønsumsafgift, jf. lønsumsafgiftslovens § 1, stk. 1, jf. § 4, stk. 5.

Det bemærkes, at lønsumsafgift realøkonomisk er en forbrugsafgift på aviser. Det kan være vanskeligt at opretholde lønsumsafgiften på elektroniske aviser. Det skyldes, at disse medier ikke nødvendigvis er geografisk afgrænset til Danmark.

Hvis brugere betaler for en elektronisk avis, og redaktionen befinder sig eksempelvis i Tyskland eller Sverige, og hvis redaktionelle indhold både udgives på tysk og/eller svensk, dansk, engelsk mv., vil det være vanskeligt at afgøre, hvilken del af indholdet, der skal betales dansk lønsumsafgift af.

En nedsat moms på elektroniske aviser vil derfor kunne udhule lønsumsafgiftsgrundlaget eller alternativt stille aviser med dansk etablerede redaktioner ringere i konkurrence end tilsvarende for udenlandske redaktioner, når disse efter lovforslaget vil være omfattet af lønsumsafgiftslovens anvendelsesområde.

#### **Afsluttende kommentarer**

Det skal afslutningsvis bemærkes, at baggrunden for lovforslaget er, at *"Regeringen ønsker at sikre en bedre balance i det danske mediebillede bl.a. mellem gamle og nye medier. Som et element heri omlægges støtten til trykte og internetbaseret nyhedsmedier, så den bliver mere tidssvarende."* (Vores understregning).

Lovgivningen hviler som nævnt på en praksis, der er mere end 50 år gammel, og der er sket særdeles meget på mediemarkedet siden da – særligt med nyhedsstrømmen. Denne drejning af mediemarkedet, hvor gamle skillelinjer er udvasket, er endog endnu mere udtalt i den digitale medieverden, hvor de digitale nyheder, der bringes på traditionelle nyhedsmediers digitale tjenester, ikke adskiller sig fra de digitale nyheder, der bringes på andre ikke-traditionelle nyhedsmediers digitale tjenester.

Derfor skal det med baggrunden for lovforslaget in mente anføres, at lovforslaget stadig opretholder de traditionelle kriterier for, hvornår et medie anses for at være en avis, men at disse kriterier ikke længere er tidssvarende i den digitale tidsalder.

Det er med andre ord særdeles konkurrencemæssig bebyrdende, hvis et digitalt medie i sin helhed vil være omfattet af fritagelsen efter momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, når blot en mindre del af mediet faktisk udgør en elektronisk leveret avis, selvom den resterende del udgør indhold, der isoleret set ville være omfattet af den almindelige momssats på 25 %.

Det er også vores opfattelse, at nedsatte momssatser isoleret set på aviser kan danne grundlag for udnyttelse af momssystemet.

For det første kan det tænkes, at medievirksomheder vil søge at pulje deres leverancer for at blive omfattet af nulmomssatsen efter momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, som angivet ovenfor.

For det andet kan det tænkes, at en medieudgiver udbyder abonnementer til den reducerede momssats, hvor kunden betaler en normalpris, men til gengæld opnår rabatter på andre typer af leverancer (varer, forlystelser mv.), der er belagt med standardmomssats. Dermed kan statskassen lide provenutab.

Denne risiko er i praksis ikke særlig stor ved en nedsat momsats for trykte medier, men derimod potentielt stor ved elektroniske medier, idet disse medier per definition giver mulighed for større handelsfleksibilitet.

Ud over at lovforslaget, som det foreligger, efter vores opfattelse på flere punkter er i strid med EU-retten, så vil en udmøntning af forslaget medføre en række administrative problemer for Skattestyrelsen.

Vi indstiller derfor, at Skatteministeriet ændrer lovforslagets ordlyd af momslovens § 34, stk. 1, nr. 18, således, at ordlyden af bestemmelsen kommer til at omfatte alle elektroniske nyhedsmedier, og dermed sikrer, at bestemmelsen kan administreres effektivt for både virksomheder og Skattestyrelsen.

Med en sådan ændring sikres endvidere, at de grundlæggende EU-retlige og momsretlige principper overholdes. Herudover vil der blive skabt en retstilstand i Danmark, som vil svare retstilstanden i samtlige andre EU-lande.

Vi står naturligvis til rådighed for eventuel uddybning af overstående.

Med venlig hilsen

Claus Bohn Jespersen  
Partner, ph.d.

Flemming Lind Johansen  
Partner

Casper Bjerregaard Eskildsen  
Director, ph.d.



## Skatteministeriet

5. april 2019  
J.nr. 2018 - 6375

Til Folketinget – Skatteudvalget

Til udvalgets orientering vedlægges supplerende høringsskema samt høringssvar fra FSR – danske revisorer vedrørende forslag til lov om ændring af lov om afgift af lønsum m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.) Høringssvaret fra FSR – danske revisorer er ved en fejl ikke blevet indarbejdet i det allerede oversendte høringsskema.

Karsten Lauritzen

/ Jeanette Rose Hansen





Organisation	Bemærkninger	Kommentarer
<p>FSR – danske revisorer (FSR)</p>	<p>FSR mener, at ville være hensigtsmæssigt, hvis avisdefinitionen blev mere tydelig, så der blev sikret en mere ensartet behandling af reelt ensartede medier.</p> <p>Hertil tilføjer FSR, at Danmark er det eneste EU-land, der sonderer mellem, om en avis indeholder nyhedsstof. FSR mener, at det ville have været relevant, hvis Skatteministeriet havde vurderet, om definitionen var blevet for snæver i forhold til EU-reglerne og samfundets udvikling.</p> <p>FSR undrer sig over, at lovforslaget sendes i høring inden konkurrenceundersøgelsen er gennemført.</p>	<p>Kriterierne for, hvornår der foreligger en avis, er nærmere beskrevet i lovforslagets specielle bemærkninger.</p> <p>Idet den danske nulmoms er en såkaldt stand-still bestemmelse, er det desværre ikke muligt at udvide avisbegrebet i momsloven. En stand-still bestemmelse forudsætter netop, at en bestemt retstilstand opretholdes. I modsat fald bortfalder stand-still bestemmelsen. Det er derfor heller ikke muligt at ændre definitionen på baggrund af, hvordan andre lande definerer en avis. Af denne grund videreføres de tre hovedkriterier for, hvornår der foreligger en avis.</p> <p>Regeringen og DF ønsker at ligestille trykte og elektroniske aviser og er blevet enige om at fremrykke ikrafttrædelsestidspunktet for udvidelsen af nulmomsen fra 1. januar 2020 til 1. juli 2019. Når resultatet af konkurrenceundersøgelsen foreligger, kan der tages stilling til, om dette giver anledning til yderligere tiltag.</p>

Skatteministeriet  
Nicolai Eigtveds Gade 28  
1402 København K

21. marts 2019

## **Høring af lovforslag om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)**

Skatteministeriet har den 7. marts 2019 fremsendt ovennævnte forslag til FSR - danske revisorer med anmodning om bemærkninger.

FSR - danske revisorer har følgende bemærkninger til lovforslaget.

FSR - danske revisorer er positive overfor, at Skatteministeriet anerkender, at samfundet bevæger sig i en retning, hvor medier ikke længere kun findes i trykt version, og i den retning skal der derfor også være lighed mellem en trykt og elektronisk "avis".

FSR - danske revisorer mener, at det er væsentligt, at det holdes for øje, at udtrykket "avis" ikke fortolkes for bogstaveligt. Det følger af praksis, at andre medier end den klassiske avis kan blive omfattet af nulmoms. Det fremgår til en vis grad også i lovforslaget, men det ville være hensigtsmæssigt for fremtidige elektroniske "aviser", at det havde været mere tydeligt, hvornår og hvordan man kunne blive omfattet af udvidelsen, så der blev sikret en mere ensartet behandling af reelt ensartede medier

I forlængelse af et ønske om en tydeliggørelse af kredsen af omfattede "aviser" finder FSR - danske revisorer det relevant at påpege, at Danmark er det eneste land i EU, som sonder mellem, om en "avis" indeholder nyhedsstof, og dermed er omfattet af nulmoms eller ej. Det kunne i forbindelse med udvidelsen af nulmomsordningen have været relevant, at Skatteministeriet havde vurderet, om ordningen var blevet for snæver i forhold til EU-reglerne og samfundets udvikling i forhold til "aviser".

FSR - danske revisorer bemærker desuden, at den politiske aftale også indebar en undersøgelse af det konkurrencemæssige samspil mellem de traditionelle nyhedsmedier og magasiner. Undersøgelser forventes afsluttet i maj 2019.

**FSR - danske revisorer**  
Kronprinsessegade 8  
DK - 1306 København K

Telefon +45 3393 9191  
fsr@fsr.dk  
www.fsr.dk

**CVR. 55 09 72 16**  
Danske Bank  
Reg. 9541  
Konto nr. 2500102295

FSR – danske revisorer stiller sig undrende overfor, hvorfor lovforslaget sendes ud, inden undersøgelsen er tilendebragt. Det ville give god mening, at man ventede med at udvide ordningen til undersøgelsen var færdiggjort, da det må forventes at få en betydning for området, hvis undersøgelsen viser, at konkurrencen er forvredet.

Side 2

FSR - danske revisorer står gerne til rådighed for en drøftelse af ovenstående bemærkninger.

Med venlig hilsen

**Louise Egede Olesen**  
Skattekonsulent

**Fra:** Thomas Torp [<mailto:tt@grakom.dk>]

**Sendt:** 7. april 2019 01:09

**Til:** SAU | Skatteudvalget <[sau@ft.dk](mailto:sau@ft.dk)>

**Emne:** Anmodning om foretræde for Folketingets Skatteudvalg vedr. L222

Til Folketingets Skatteudvalg

Med henvisning til det netop fremsatte lovforslag L222 ønsker GRAKOM og Aller Media A/S, i fællesskab, at anmode om foretræde for Skatteudvalget.

GRAKOM og Aller Media A/S ønsker at orientere udvalget om de alvorlige konsekvenserne set fra et markedsperspektiv, hvis lovforslaget bliver vedtaget i sin nuværende form.

Lovforslaget udvider nulmomsen til også at gælde elektronisk leverede aviser, med udgangspunkt i forældede definitioner og krav til publikationer. Samtidig tages der ikke højde for, at lovforslaget forvrider konkurrencen på det digitale mediemarked. Lovforslaget vil medføre, at medier, der er i direkte konkurrence med hinanden, fremover ikke kan konkurrere på lige vilkår. Det skaber en uholdbar konkurrencemæssig situation.

Vi mener, at man bør afvente den aftalte konkurrenceanalyse samt sikre tilstrækkelig tid til grundige drøftelser i Skatteudvalget og blandt aftaleparterne. Med den forestående forhastede udmøntning af mediaaftalen, risikerer man at ødelægge pluralismen på mediemarkedet til skade for både nye og gamle medietyper.

Aller Media A/S vil stille med adm. direktør Lars Sander Matjeka, mens GRAKOM vil stille med undertegnede ved foretræde for Skatteudvalget.

Venlig hilsen

**Thomas Torp**  
Administrerende direktør

**GRAKOM**  
Brancheforeningen for Grafisk Kommunikation & Medier

+45 25 21 85 80  
[tt@grakom.dk](mailto:tt@grakom.dk)

[www.grakom.dk](http://www.grakom.dk)



8. april 2019

Folketinget  
Skatteudvalget  
Christiansborg  
1240 København K

### **Lovforslag L222 – Nulmoms på elektroniske aviser – Momsreglerne i de øvrige EU-lande**

Vi skal hermed tillade os at fremkomme med nogle del-betragtninger til Skatteministeriets kommentarer til de afgivne høringssvar til lovforslaget, herunder vores eget høringssvar om momssatser på aviser og ugeblade og magasiner i de øvrige EU-lande.

Det fremgår af Skatteministeriets kommentarer til de indkomne høringssvar, at Skatteministeriet kun er bekendt med at Storbritannien har nul-moms på magasiner. Skatteministeriet henviser i den forbindelse til EU-Kommissionens dokument KOM (2016) 0758, som var vedlagt som svar på spørgsmål 1 (2016/2017) til Folketingets Europaudvalg.

Skatteministeriets svar er ikke korrekt og udelader efter vores opfattelse nogle vigtige oplysninger.

Det er ikke kun Storbritannien, der har nulmoms på magasiner. Belgien har en tilsvarende 0-momssats. Det mest væsentlige er imidlertid, at alle andre EU-lande end Danmark har ens momssatser på aviser og ugeblade/tidsskrifter.

Dette indebærer for det første, at i alle andre EU-lande er ligebehandlingsprincipper mellem konkurrerende medievirksomheder sikret. Momsen udgør således ikke nogen konkurrencemæssige forskelsbehandling. Endvidere sikrer samme momssatser et til stadighed tidssvarende regelsæt. Sidst men ikke mindst har de øvrige EU-lande et regelsæt, der er til at administrere for myndighederne.

KPMG Acor Tax har som supplement til EU-Kommissionens løbende opdateringer af de gældende momssatser i EU's medlemsstater foretaget en undersøgelse af reglerne i de enkelte lande. Vi vil meget gerne have adgang til at præsentere konklusionerne i denne undersøgelse ved foretræde for Folketingets Skatteudvalg.

På forhånd tak.

Med venlig hilsen

Claus Bohn Jespersen  
Partner, ph.d.

Flemming Lind Johansen  
Partner

Casper Bjerregaard Eskildsen  
Director, ph.d.

20.03.2019

Sendt per e-mail til:

lovgivningoekonomi@skm.dk og mlj@skm.dk

Vedr. journalnummer 2018-6375

### **Høringssvar vedrørende forslag til lov om ændring af lov om lønsumsafgift m.v. og momsloven (Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.)**

Grakom – Brancheforeningen for Grafisk Kommunikation & Medier vil gerne takke for invitationen til at afgive høringssvar på lovforslaget. Grakom ønsker grundlæggende en mere fri og lige konkurrence for alle private medier, hvorfor vi også støtter forligspartierne bag medieaftalens generelle ønske om at sikre platformsneutralitet. Det vil sikre en mere tidssvarende mediepolitik, hvor befolkningen sikres billig og nem adgang til et mangfoldigt udvalg af dansksprogede medier. Vi har dog en række kommentarer, som vi håber vil blive taget med i behandlingen af lovforslaget.

#### **1. Fremrykning respekterer ikke medieaftalen og skaber risiko for lovsjusk**

I medieaftalen blev det aftalt at udarbejde en "... undersøgelse af det konkurrencemæssige samspil mellem de traditionelle nyhedsmedier og magasiner" (medieaftalen s. 8). Formålet med analysen var at give Folketingets partier et overblik over konkurrencesituationen og på den baggrund gøre det muligt at lave en langtidsholdbar og fremtidssikret momsordning, der ikke forvrider konkurrencen mellem medier, der konkurrerer indbyrdes.

Tidsplanen i medieaftalen muliggjorde, at man først undersøgte konkurrenceforholdene og derefter gennemførte ændring af momsreglerne. Derved kunne man sikre sig, at den planlagte ændring af momsreglerne ikke ville skabe konkurrenceforvridding. Hvis analysen viste markant konkurrence mellem digitale aviser og magasinerne digitale platforme, ville man have mulighed for rettidigt at tilpasse ændringen af momsreglerne, så man ikke gennemfører en utilsigtet konkurrenceforvridding på mediemarkedet.

Der kan være gode grunde til at fremrykke udmøntningen af ændringen af momsreglerne, men så bør man tilsvarende også fremrykke den analyse, der skal give Folketinget kendskab til de konkurrencemæssige konsekvenser ved den foreslåede model. Ved kun at fremrykke momsændringen uden at afvente analysens resultater, beder man Folketinget gennemføre en beslutning på et uoplyst grundlag med betydelig risiko for konkurrencemæssige konsekvenser. Dermed vil Folketinget risikere at medvirke til lovsjusk, der i værste fald kan være EU-stridig konkurrenceforvridende statsstøtte. I lyset af at analysen forventes færdig til maj, henstiller

Grakom derfor til, at man afventer analysens konklusioner og giver tilstrækkelig tid til, at den kan indgå i det lovforberedende arbejde.

Derudover er det vigtigt at bemærke, at en revision af EU's momsdirektiv er på vej. Det kommende momsdirektiv ser ud til at give medlemslandene langt friere rammer for fastsættelse af momssatser, herunder for nulmoms. Det betyder, at der sandsynligvis bliver større frihed til at udvide nulmomsen, så den omfatter alle digitale medier. Det vil løse de konkurrenceretlige problemstillinger, der opstår, når man som i lovforslaget lægger op til, at kun udvalgte medier skal have adgang til særligt lempelige momsregler, mens deres digitale konkurrenter fortsat er omfattet af normal dansk moms. Folketinget vil dermed få mulighed for at gennemføre en mere fremtidsikkert løsning for mediernes momsregler. Det vil derfor være hensigtsmæssigt at udskyde ændringen af momsreglerne til efter vedtagelse af det ny EU-direktiv.

## 2. Uklare og konkurrenceforvridende momsregler

Grakom mener ikke, at lovforslaget i tilstrækkelig grad gør det klart, hvilke medier og hvilke digitale produkter, der vil være omfattet, hvis lovforslaget bliver vedtaget i sin nuværende form. På den ene side beskrives der i bemærkningerne til lovforslaget en snæver tolkning: "De overordnede kriterier for, hvorvidt der momsmæssigt foreligger en avis, ændres ikke." og der tales om kun at udvide nulmomsen til at gælde "elektronisk leverede aviser".

Samtidig har vi bemærket, at Kulturministeren i en kommentar til Mediawatch åbner definitionen, når hun siger: "I Danmark betyder det, at vi kan udvide nulmomsordningen til elektroniske nyhedsmedier, fordi vi allerede har nulmoms på trykte nyhedsmedier." (Mediawatch 11/3-2019). Som vi forstår Kulturministeren, så er der tale om en bredere tolkning, der åbner nulmomsen for elektroniske nyhedsmedier i bredere forstand.

Også i medieaftalen fra 2018 er der tale om en bredere fortolkning:

"For at sikre platformsneutralitet ønskes momsfrigørelsen for trykte aviser udvidet til at omfatte internetbaserede nyhedsmedier, når det nødvendige EU-retsgrundlag evt. foreligger."

Det samme indtryk får man af finanslovsaftalen for 2019, hvor der om nulmomsen står:

"Regeringen og Dansk Folkeparti noterer sig, at det juridiske grundlag i EU for at sidestille elektroniske og trykte nyhedsmedier momsmæssigt snart forventes etableret. Regeringen vil på den baggrund forsøge at fremskynde nulmoms på internetbaserede nyhedsmedier, så den kan træde i kraft d. 1. juli 2019."

Her er således også tale om en bred fortolkning, hvor nulmomsen omfatter alle "internetbaserede nyhedsmedier".

Det står derfor ikke klart, om udvidelsen af nulmomsen skal tolkes snævert, så det kun gælder elektroniske udgaver af de trykte aviser, der i dag er omfattet af nulmoms. Skal den elektronisk leverede avis fx være typografisk opsat, så den ligner en trykt avis? Eller skal det forstås bredere som, at medier med nyheder og aktualitetsstof med løbende udgivelser, der udkommer i form af en hjemmeside eller via særlige apps til mobile enheder, også vil være omfattet? Der er behov for en afklaring af om digitale nyhedsmedier, der ikke udkommer på tryk, som fx Zetland, Altinget, Watch-medierne og Finans.dk, vil være omfattet af nulmoms med disse regler. Det står ikke klart, hvorledes man definerer en digital avis. Der synes at være stor forskel på definitionen hvis man sammenligner lovforslaget med teksten i både medieaftalen og i finanslovsaftalen.

Det er Grakoms opfattelse, at lovforslaget lægger op til en meget snæver fortolkning, hvor det i realiteten udelukkende er de aviser, der i dag er omfattet af nulmoms, der får mulighed for nulmoms isoleret set på den digitale udgave af den trykte avis. Men det åbner til gengæld for en række uklarheder.

Det står således ikke klart, om det kun er selve e-avisen, der er omfattet af nulmoms eller om det også gælder det indhold, der finder vej til avisens hjemmeside? Abonnementsstrukturen på mange aviser er, at tegner man et digitalt abonnement, og derfor ikke modtager den trykte avis, så får man adgang til alle betalingsartikler og magasinartikler på mediets hjemmeside samt adgang til e-avisen. Hvorledes vil momsreglerne være for et produkt, der fx indeholder en digital udgave af en trykt avis samt onlineadgang til mediets nyhedssite? Hvis nyhedssitet i realiteten bliver omfattet af nulmoms, fordi det er knyttet til en digital avis og leveres "gratis" sammen med et medie med nulmoms, hvorledes vil det så stille konkurrenterne til nyhedssitet, som ikke udgiver en digital avis i lovens snævre fortolkning? Der vil efter Grakoms vurdering være tale om en markant konkurrenceforvridning til skade for de nye internetbaserede nyhedsmedier, der ikke i dag udgiver en trykt avis. Det skal ses i lyset af, at det netop var disse medier, man ønskede at tilgodese med en modernisering af momsreglerne.

Den snævre fortolkning, som synes at fremgå af lovforslaget står i markant kontrast til de formuleringer, der har været fra både regeringen og forligskredsen i forbindelse med medieaftalen og finanslovsaftalen. Det ser således ud til, at lovforslagets indhold ikke er i overensstemmelse med de politiske aftaler.

Hvis der er tale om en bredere fortolkning, som omfatter alle internetbaserede nyhedsmedier som formuleret i de politiske aftaler, så rummer lovforslaget en række andre problemstillinger.

Hvis det skal fortolkes bredt, er lovforslagets definition af digitale aviser særdeles uklart. Det står således ikke klart, hvorledes man på et internetbaseret nyhedsmedie skal definere "en videre kreds af læsere" og "bredt emneområde", ligesom det ikke står klart, hvorledes disse medier skal forholde sig til krav om typografi, layout, oplagstal m.v. Det står heller ikke klart, hvorledes man definerer udgivelsesfrekvenser og "nyheder" på digitale medier, der udkommer konstant eller efter behov.



Hvis den brede fortolkning fra de politiske aftaler står til troende, så mener Grakom, at en række digitale medier fra magasinudgivere ligeledes kan omfattes af nulmoms, da disse også er nyhedsmedier. Hvis det ikke er hensigten, så bør der opstilles langt tydeligere kriterier for, hvornår et medie er omfattet af nulmoms.

Et afgørende problem ved lovforslaget, såfremt det skal fortolkes bredt i overensstemmelse med de politiske aftaler, er de konkurrencemæssige forhold.

Den nuværende ordning med nulmoms omfatter udelukkende trykte aviser. Det er et snævert afgrænset marked, der kun i begrænset omfang historisk set har været i konkurrence med andre typer af medier. Med udvidelsen af nulmomsten, flyttes nulmomsten til gengæld ind på markedet for internetbaserede nyhedsmedier. Det er et helt anderledes marked, hvor forskellige typer af medier konkurrerer om både læsere og annoncører. Her er traditionelle avishuse i konkurrence med både brede nyhedsmedier og nicheprægede nyhedsmedier. Magasinudgiverne konkurrerer på nyhedsmarkedet med dagbladenes nyhedssite, og dagbladenes nyhedssite sektioneres, så de går direkte ind i konkurrence på magasinernes traditionelle stofområder. Konkurrencebilledet er således markant anderledes på det digitale mediemarked end på det trykte mediemarked.

Med en nulmoms, der kun gælder en del af medierne på det digitale nyhedsmarked, vil der være betydelig risiko for, at de danske momsregler bliver konkurrenceforvridende. Udvidelsen til digitale medier vil dermed risikere at være EU-stridig, netop fordi konkurrenceforholdene er helt anderledes end på det trykte mediemarked.

Netop derfor er det vigtigt at afvente resultaterne af konkurrenceanalysen, som det også var forudsat i medieaftalen fra 2018.

### 3. Retssikkerhedsmæssige problemer

Den ovenfor beskrevne uklarhed fører efter Grakoms opfattelse til retssikkerhedsmæssige udfordringer, hvis lovforslaget gennemføres i sin nuværende form.

Danmark er allerede i dag det eneste land i EU, der foretager en sontring på baggrund af nyhedsstof og typografiske/tekniske forhold, og således har et nulmomssystem, hvor man vurderer ud fra en række subjektive kriterier. Definitioner om bredere interesse, udgivelsesfrekvens og aktualitetsbegrebet, er fra en anden tid, hvor nyheder udkom på tryk én gang om dagen. Som også beskrevet i forrige afsnit, så er det enormt uklart, hvordan disse kriterier helt konkret defineres, og hvem der foretager disse. Blandt kriterierne er, som beskrevet i bemærkningerne til lovforslaget, at "... publikationen skal henvende sig en videre (almen) kreds af læsere, og publikationen skal behandle et bredt emneområde." Hvordan defineres en almen kreds af læsere i en moderne, digital medieverden, og hvornår er et emneområde for smalt? Hvis et medie eksempelvis kun dækker politik, men dækker det bredt, er det så tilstrækkeligt?

Som medievirksomhed kan man stå i en situation, hvor forskydninger i den redaktionelle linje fra ét år til et andet kan betyde, at man pludselig ikke lever op til kravene

om nulmoms. Også for nye medier vil det være uigennemskueligt, om man er omfattet af nulmoms med fremtidige udgivelser, eller om man skal forvente at være omfattet af normal moms. Denne uklarhed ved de nuværende kriterier, når de overføres til det digitale område, skaber et betydeligt retssikkerhedsmæssigt problem, der kan have store konsekvenser for medierne og for konkurrencen på mediemarkedet.

Grakom mener derfor, at der er behov for mere klarhed og forudsigelighed om disse for at sikre retssikkerheden på området. Reglerne om nulmoms for medier bør bygge på objektive kriterier og ikke være underlagt skønsmæssige vurderinger af hvad der kan defineres som en nyhed, om mediet er almen nok i læserskaren og bredt nok i emnevalget. Momsregler skal man som medievirksomhed kunne regne med.

#### **4. Ikke i overensstemmelse med medieaftalens hensigt**

Kulturministeren og ordførere fra forligskredsen har ved flere lejligheder gjort det klart, at det netop var ønsket, at nyhedsmedier, der i dag ikke er omfattet af nulmoms, skulle sidestilles med trykte aviser, f.eks. en lang række nye medier og medieformater. Uanset om udvidelsen skal forstås snævert eller bredt, vil forslaget skabe en forskelsbehandling mellem grundlæggende ensartede digitale medier, som savner begrundelse i den moderne medievirkelighed.

Medieaftalen forsøger at imødegå denne risiko ved at sikre sig et oplyst videngrundlag i form af analysen af den konkurrencemæssige situation. Den fremskudte lovbehandling uden analyse medfører, at aftaleparterne reelt ikke ved om nærværende lovforslag lever op til det, der er aftalt i medieaftalen eller ej.

Vi mener derfor, at det i Folketingets behandling af lovforslaget bør sikres, at lovforslaget lever op til hensigten med medieaftalen, og at der ikke indføres en konkurrenceforvridende nulmoms for visse digitale medier.

Der kan være gode grunde til, at man fra politisk hold ønsker at understøtte specifikke medietyper eller specifikt indhold. Grakom er dog af den grundlæggende holdning, at dette bør ske gennem tilskudsordninger og puljer og ikke gennem momssystemet. I Danmark har vi en tradition for ensartet momssystem for alle. Det er et, for skattesystemet, sundt princip. Det er enkelt, gennemskueligt og administrerbart. Der er ikke brug for flere komplikationer i det danske skatte- og afgiftssystem. Også derfor er det en uheldig udvikling at bruge momssystemet til erhvervsstøtteordninger i stedet for blot at indføre en gennemskuelig støtteordning med klare kriterier.

Venlig hilsen



Thomas Torp  
Administrerende direktør

Skatteudvalget  
Folketinget  
Christiansborg  
1240 Kbh. K

10. april 2019

### **Supplerende høringssvar – L 222 nulmoms på elektronisk leverede aviser**

I forlængelse af Dansk Erhvervs høringssvar sendt den 22. marts 2019 vedrørende lovforslaget om nulmoms på elektronisk leverede aviser, vil Dansk Erhverv komme med følgende supplerende bemærkning vedrørende et forhold, som vi først er blevet opmærksom på efter høringsfristens udløb.

Det fremgår af lovforslaget, at der ikke vil være nogen negative økonomiske konsekvenser for erhvervslivet af lovforslaget. Dansk Erhverv mener ikke, at dette altid er korrekt, og at lovforslaget i nogen tilfælde kan have den stikmodsatte effekt end den tilsigtede – som burde være en ligestilling mellem elektronisk leverede aviser og trykte aviser.

I dag spiller moms en rolle for medier, der sælger produkter til erhvervskunder. Derfor vil en indførelse af lønsumsafgift – alt andet lige – få den effekt, at disse medier vil have en uændret omsætning, men samtidig få forøget deres omkostninger svarende til lønsumsafgiften.

Derfor vil lovforslaget på erhvervsmarkedet ikke betyde lavere priser for forbrugerne, men snarere medføre, at prisen bliver sat op, hvilket naturligvis vil gå ud over de pågældende virksomheders konkurrenceevne.

Dansk Erhverv stiller sig naturligvis til rådighed for yderligere bemærkninger.

Med venlig hilsen

**Jacob Ravn**  
Skattepolitisk chef

## Skatteudvalget

Foretræde: Lov om ændring af lov om afgift af lønsum m.v. og momsloven

10.04.2018

Thomas Torp, adm. direktør, Grakom

Lars Sander Matjeka, adm. direktør, Aller Media A/S

## Udfordringer med lovforslaget

1. Respekterer ikke medieaftalen
2. Definitionerne er uklare og subjektive
3. Skævvrider konkurrencen mellem digitale medier
4. Hæmmer innovation og udvikling af nye medier
5. Hastværk giver dårlige løsninger

### Anbefaling:

- Drop udvidelse af nulmoms, og giv direkte mediestøtte til det, I ønsker at støtte



# L222 i et EU- retligt perspektiv

Skatteudvalget 10. april 2019



# Lovforslag L222 – EU-retlig vinkel

- **Direktivet om moms på elektroniske medier er gået relativt hurtigt gennem EU's lovgivningsproces**
  - Kan skyldes, at Danmark er det eneste land, der forskelsbehandler med forskellig momssats mellem aviser og andre trykte nyhedsmedier
  - Reelt ingen ændringer i resten af EU – bortset fra en opdatering af momsreglerne til den digitale verden

# Momssatsstruktur i EU

- **Normal sats, minimum 15 %**
- **Reduceret sats, minimum 5 %**
- **Anmeldte undtagelser til 0 %**
  - Italien (nu 4 % for både aviser og ugeblade/månedsmagasiner)
  - UK (stadig 0 % for både aviser og ugeblade/månedsmagasiner)
  - Belgien (stadig 0 % for både aviser og ugeblade/månedsmagasiner)
  - Danmark (0 % for aviser)
- **Andre lande med satser under 5 %**
  - Frankrig 2,1 % (for både aviser og ugeblade/månedsmagasiner)
  - Spanien 4 % (for både aviser og ugeblade/månedsmagasiner)
  - Luxembourg 3 % (for både aviser og ugeblade/månedsmagasiner)



# Hvis danske aviser og ugeblade udgives i andre EU-lande

Land	Standardsats	Reduceret sats (1)	Reduceret sats (2)
Belgien, Cypern, Estland, Finland, Frankrig, Grækenland, Holland, Irland, Italien, Letland, Litauen, Luxembourg, Malta, Portugal, Rumænien, Slovenien, Spanien, Storbritannien, Sverige, Tjekkiet, Tyskland, Ungarn og Østrig		Se og Hør Ekstra Bladet/BT Weekendavisen Euroman	
Bulgarien og Slovakiet	Se og Hør Ekstra Bladet/BT Weekendavisen Euroman		
Kroatien		Ekstra Bladet/BT	Weekendavisen Se og Hør Euroman
Polen			Weekendavisen Se og Hør Euroman Ekstra Bladet/BT

# Konklusion

- **Ingen udfordringer i andre EU-lande end Danmark**
- **I Danmark er resultatet:**
  - Juridisk = Brud med ligebehandlingsprincippet
  - Økonomisk = Konkurrenceforvridning mellem erhvervsdrivende medier
  - Administrativt = Et svært håndterbart regelsæt og forvaltningsbøvl for Skattestyrelsen
- **Forslag, der kan eliminere ovennævnte**
  - Nulmoms på alle nyhedsmedier (medier omfattet af medieansvarsloven/pressenævnets tilsyn, bortset fra lyd- og billedproduktioner)
  - Momssats på 5 % på alle nyhedsmedier (aviser betaler i dag 3,54 % af salgsværdien i lønsumsafgift)



[kpmg.com/socialmedia](https://kpmg.com/socialmedia)



[kpmg.com/app](https://kpmg.com/app)

The information contained herein is of a general nature and is not intended to address the circumstances of any particular individual or entity. Although we endeavor to provide accurate and timely information, there can be no guarantee that such information is accurate as of the date it is received or that it will continue to be accurate in the future. No one should act on such information without appropriate professional advice after a thorough examination of the particular situation.

© 2019 KPMG ACOR TAX, a Danish limited liability partnership and a member firm of the KPMG network of independent member firms affiliated with KPMG International Cooperative, a Swiss entity. All rights reserved.

The KPMG name, logo are registered trademarks or trademarks of KPMG International.



# FOLKETINGET

## Skatteudvalget

**Til:** Udvalgets medlemmer

**Dato:** 10. april 2019

### L 222

Forslag til lov om ændring af lov om afgift af lønsum m.v. og momsloven.

(Indførelse af nulmoms på elektronisk leverede aviser m.v.).

Af skatteministeren (Karsten Lauritzen).

### Tidsplan for udvalgets behandling af lovforslaget

Mandag den 15. april 2019	Frist for spørgsmål
Tirsdag den 23. april 2019	Frist for svar og ændringsforslag
Torsdag den 25. april 2019	Politisk drøftelse og afgivelse af betænkning

Med venlig hilsen  
Mads Fallesen,  
udvalgssekretær