



12. april 2019

Folketinget  
Skatteudvalget  
Christiansborg  
1240 København K

### **Lovforslag L222 – Nulmoms på elektroniske aviser – Opfølgning bemærkninger**

Vi skal indledningsvist takke Skatteudvalget for adgangen til vores fremmøde for Udvalget 10. april 2019.

Vi skal hermed tillade os at fremkomme med nogle supplerende bemærkninger til vores indlæg på vores fremmøde samt Skatteministeriets kommentarer til de afgivne høringssvar til lovforslaget, herunder vores eget høringssvar.

Vi finder overordnet set, at lovforslaget, som det pt foreligger, er problematisk på 3 år områder:

- Juridisk, fordi ligebehandlingsprincippet ikke bliver overholdt
- Økonomisk, på grund af konkurrenceforvriddning mellem erhvervsdrivende medier, og
- Administrativt, fordi en realisering af lovforslaget efter vores vurdering medfører et svært håndterbart regelsæt, og forvaltningsbøvl for Skattestyrelsen.

#### **1 KONKLUSION**

For så vidt angår ligebehandlingsprincippet, må der drages tvivl om, hvorvidt Skatteministeriet med de afgivne kommentarer til høringssvarene er på det rene med, hvordan ligebehandlingsprincippet rent faktisk retligt fungerer. Vi skal derfor tillade os at opfordre Folketingets Skatteudvalg til at indhente et responsum fra Kammeradvokaten herom førend lovforslaget underkastes yderligere behandling.

En tilsidesættelse af ligebehandlingsprincippet vil kunne medføre, at der opstår erstatningspligt for statskassen og modsætningsvist, at virksomheder der draget fordel af denne tilsidesættelse tilpligtes til at tilbage den økonomiske fordel til statskassen.

For så vidt angår det konkurrencemæssige aspekt bemærkes det, at det både af Dansk Erhvervs, FSR's, DI's, Grakoms og Dansk Journalistforbunds høringssvar kan udledes, at disse organisationer

tillige finder, at der foreligger et konkurrenceforhold mellem aviser og ugeblade. Derfor er det vores klare vurdering, at lovforslagets behandling bør afvente den undersøgelse af konkurrence, der skal foretages. Det virker, juridisk meget problematisk at behandle lovforslaget, inden alle relevante konkurrencemæssige forhold er belyst i tilstrækkeligt omfang.

For så vidt angår stand-still bestemmelsen er der efter vores opfattelse to relevante kommentarer at forholde sig til:

1. De medier, der i dag efter gældende ret, har krav på momsfritagelse, har også krav på momsfritagelse for digitale medier. Her er det vigtigt at være opmærksom på, at der skal være tale om en EU direktivkonform fortolkning af indholdet af begrebet "avis". Det vil sige i forhold til de faktiske markedsforhold for aviser.
2. Med ændringen af EU reglerne er det faktisk muligt at anvende en reduceret sats på f.eks. 5% for alle – trykte og elektroniske - nyhedsmedier uanset om de i dag er momsfrigitte eller ej. Det bemærkes i den henseende, at nulmomssatsen, som den anvendes i dag, i sig selv er udtryk for en differentieret momssats. Der er således ingen juridisk eller praktisk forskel mellem om der anvendes en momssats på 0% eller på 5%.

## **2 LIGEBEHANDLINGSPRINCIPPET**

En grundlæggende rettighed i EU-retten er ligebehandlingsprincippet, som neutralitetsprincippet i momslovgivningen er en del af. Dette princip betyder, som det ligger iboende i begrebet, at alle tilfælde skal behandles lige.

De danske regler for momsfritagelse for aviser har mere end 50 år på bagen og meget er sket siden da.

I relation til forslaget om digital nulmoms har internettets udbredelse den betydning, at den almindelige dansker tilgår information og oplysning på en ny og anderledes måde, hvor den enkelte dansker selv bestemmer, hvad vedkommende vil læse, og hvilket medie vedkommende vil benytte hertil. Der er med andre ord frit valg på alle de elektroniske hylder for de danske mediebrugere. Det har påvirket ikke alene de trykte medier, men også TV-medierne.

De toneangivende udgivere af trykte medier i Danmark er i bund og grund ganske almindelige forretningsforetagender, der skal sikre smør på brødet til virksomheden og deres medarbejdere. Derfor må de løbende tilpasse de "nyheder", de bringer, til hvad danskerne ønsker på deres mediehylde. Det er et simpelt spørgsmål om, at udbud tilpasser sig efterspørgsel.

Derfor vil et simpelt opslag på internettet blandt eksempelvis tabloid aviserne vise, at der ikke er den store redaktionelle forskel mellem, hvad der bringes her, og hvad der bringes hos f.eks. visse ugeblade og magasiner. Det er således i stor udstrækning de samme nyheder, der er med til at generere trafik på de forskellige sites, hvilket igen giver reklameindtægter for de forskellige udbydere. Her skal der tages højde for, at der er tale om lige børn og lige børn skal i henhold til ligebehandlingsprincippet også behandles lige.

Denne dynamik i medieudviklingen ses der ikke at være taget højde for i lovforslaget, hvilket bekræftes af Skatteministeriets kommentarer til de indkommende høringssvar.

Det er således forkert, når Skatteministeriet i kommentarer til vores høringssvar anfører, at man ikke kan drage en parallel mellem den af os refererede EU-dom (sag C-347/14) og direktiv 2010/13/EU over til momslovgivningen, da begreber og fortolkninger på andre områder (inden for EU-lovgivningen) ikke har indflydelse på den momsmæssige kvalifikation. Dette forklarer Skatteministeriet bl.a. med, at direktiver på skatteområdet vedtages med enstemmighed, mens der på andre områder arbejdes med kvalificeret flertal. Som nævnt er denne udlægning fra Skatteministeriets side ikke rigtig.

Det direktiv, der er genstand for dommen i sag C-347/14, har til formål, at sikre konkurrencelighed mellem parter, der agerer på det samme markedet. Altså ligebehandlingsprincippet. På samme måde skal lovgiver via det iboende neutralitetsprincip i momslovgivningen overholde ligebehandlingsprincippet, der har forrang for speciallovgivningen, herunder også momslovgivningen, jf. fasttømret domstolspraksis som bl.a. udtrykt i EU-Domstolens afgørelse af 27. juni 2018, sag C-459/17, SGI, hvori EU-Domstolen i præmis 4 anfører:

*"Hvad dernæst angår princippet om afgiftsneutralitet, som udgør konkretiseringen af det almindelige ligebehandlingsprincip, kræver det, at erhvervsdrivende, som gennemfører de samme transaktioner, ikke behandles forskelligt med hensyn til moms, medmindre en forskellig behandling er objektivt begrundet (jf. i denne retning dom af 31.1.2013, LVK, C-643/11, EU:C:2013:55, præmis 55)."*

Det savner imidlertid enhver objektiv begrundelse, at et nyhedsmedies "indhold" skal behandles objektivt forskelligt alt efter, om læseren køber elektronisk journalistisk bearbejdede artikler hos en avisudgiver eller eksempelvis hos en ugebladsudgiver.

### **3 STAND-STILL BESTEMMELSEN**

Som bekendt hviler nulmomsen på "aviser" på en administrativ praksis, der er mere end 50 år gammel. Kriterierne for nulmomsen er følgende, jf. lovbemærkningerne:

1. Publikationen skal primært læses på grund af sit indhold af aktuelt nyhedsstof
2. Publikationen skal henvende sig til en videre (almen) kreds af læsere
3. Publikationen skal behandle et bredt emneområde.
4. Om publikationen sælges i løssalg eller kun til abonnenter
5. Oplagets størrelse
6. Om redaktionen er godkendt til at uddanne journalister
7. En vurdering af om avisen fremtræder som en avis i teknisk og typografisk henseende.

Kriterium 7 bortfalder selvsagt ved momsfrigivelse for elektroniske medier.

Skatteministeriet er af den opfattelse, at der vil være tale om en ikke-tilladt udvidelse af Danmarks standstill-tilladelse til nulmoms for aviser, hvis momsfrigtagelsen udvides til ugeblade/månedsmagasiner med et nyhedspræget indhold, med den konsekvens at standstill-reglen bortfalder.

Til dette skal vi blot henvise til, at dette er et spørgsmål omkring gældende ret, hvorved forstås, at de medier, der i dag efter gældende ret, har krav på momsfrigtagelse, har også krav på momsfrigtagelse for digitale medier. Her er det vigtigt at være opmærksom på, at der skal være tale om en EU direktivkonform fortolkning af indholdet af begrebet "avis". Det vil sige i forhold til de faktiske markedsforhold for aviser herunder de nyheder, der udgives.

I den forbindelse skal det nævnes, at vi ikke er bekendt med den nøjagtige formulering af den anmeldelse om nulmoms for aviser, der i sin tid har fundet sted til EU-Kommissionen.

Vi kan dog konstatere, at den anmeldelse, som EU-Kommissionen har offentliggjort, jf. KOM(82) 884 af 17. januar 1983 har følgende formulering "*Levering af aviser, som udkommer mindst én gang om måneden*".

Hvis anmeldelsen ikke er givet yderligere indhold, er der i princippet intet til hinder for, at Danmark fortolker begrebet "aviser". Det er dog hævet over enhver tvivl, at Danmark er forpligtet til at holde sig inden for de fortolkningsrammer, der følger af direktivet.

Selv hvis Danmark har foretaget anmeldelsen inkluderende en forklaring med ovennævnte praksis, er Danmark alligevel forpligtet til at overholde de EU retlige regler herunder sikre, at der ikke sker en forskelsbehandling af f.eks. udgivere af dagblade, ugeblade og månedsmagasiner med samme redaktionelle linje, da det objektive indhold, kravene til udgivelsesfrekvens, bred læserskare mv. er opfyldt.

Derfor er det i et retlig perspektiv forkert, når Skatteministeriet anfører, at Danmark har en "*stand-still bestemmelse, der ikke gør det muligt at udvide avisbegrebet i momsloven*". Denne stand-still bestemmelse er kun lovmedholdelig i det omfang, den rent faktisk overholder ligebehandlingsprincippet. Det giver sig selv, at man ellers vil kunne gøre denne grundlæggende rettighed til en nullitet via speciallovgivningen, hvis speciallovgivningen blev tillagt forrang for ligebehandlingsprincippet.

#### **4 ADMINISTRATIVE KONSEKVENSER**

Vi forudser, at reglerne, som de foreligger i sin nuværende form, bliver særdeles vanskelige for Skattestyrelsen at kontrollere, da de elektroniske medieudgivere, der bliver betragtet som "avisudgivere", løbende vil skulle overholde kriterierne herfor. Hvilke kriterier der i øvrigt er gældende, er uklart med den eksisterende praksis, da praksis for momsfrigtagelse versus momsplicht i høj grad hidtil har beroet på det trykte medies layout, hvilket er et kriterium, som i sagens natur ikke kan anvendes for elektroniske medier.

Hvor meget må de personrelaterede nyheder – "ugebladsstoffet" – eller temaartikler fylde i den samlede mængde i den momsfrie aviser? Skal det gøres op dagligt? Månedsvist? eller på årsbasis?

Gælder fritagelsen kun salg af en hel avis? Eller gælder den også salg af content (enkeltartikler) og bliver det i så givet fald artiklens indhold, der er afgørende for momsfrigørelsen? Eksempelvis bringer visse dagblade og ugeblade i skrivende stund en artikel om, at Københavns Zoo ansætter private vagter til at håndtere interessen for de nye panda-bjørne. Er samme stort set enslydende artikel henholdsvis momsfri og momspligtig, hvis den bliver udbudt til salg af de respektive medier?

Skatteministeriet anfører, at Skattestyrelsen vil indarbejde fortolkningsbidrag i den juridiske vejledning. Efter vores opfattelse bør reglerne imidlertid allerede formes i forbindelse med lovgivningsprocessen og ikke være overlagt til skøn hos den forvaltning, der skal administrere reglerne.

For så vidt angår udenlandske mediers medier eventuelle lønsumsafgiftspligt, bemærker Skatteministeriet i deres kommentarer til DI's høringsvar, at eftersom afgiftspligten kun omfatter virksomheder, der importerer eller udgiver avisen i Danmark, vil udenlandske virksomheder ikke være omfattet af afgiftspligten i det omfang, de hverken udgiver eller importerer aviser til Danmark. Som vi ser det, er pointen i DI's spørgsmål netop, at udenlandske aviser i elektronisk form, der (bl.a.) henvender sig til danske avislæsere/-købere, jo rent faktisk så også udkommer i Danmark med deraf følgende lønsumsafgiftspligt.

## 5 DIFFERENTIEREDE MOMSSATSER

I Danmark anvender vi i dag allerede differentierede momssatser. Den i dag gældende nulmomssats for trykte aviser er således en differentieret momssats. Herudover anvender Danmark de facto en differentieret momssats på 5% kunstneres førstegangssalg af kunstværker.

Danmark vil efter EU's ordinære regler for momssatser kunne anvende en 5% momssats på alle trykte og elektroniske nyhedsmedier. Da de eksisterende nulmoms-aviser betaler en lønsumsafgift på 3,54% vil der for disse virksomheder ikke være tale om nogen afgørende forskel i afgiftsbelastningen.

---oOo---

Hvis der er behov for yderligere uddybning af ovennævnte, står vi naturligvis til rådighed.

Med venlig hilsen

Claus Bohn Jespersen  
Partner, ph.d.

Flemming Lind Johansen  
Partner

Casper Bjerregaard Eskildsen  
Director, ph.d.