

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 + 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 og 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
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.

Venlig hilsen
Hans Jørgen Dybro
politisk konsulent
dybjournalistforbundet.dk



DANSKE MEDIER

Fuldmægtig
Marie Louise Jacobs
Skatteministeriet

lovgivningoekonomi@skm.dk

mlj@skm.dk

Pressens Hus
Skindergade 7
DK-1159 København K

Telefon 3397 4000
Telefax 3314 2325

info@danskemedier.dk
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 momsens 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.

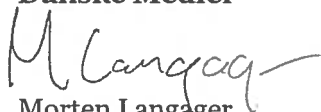
Danske Medier anbefaler, at der efter Folketingets vedtagelse af nulmoms til internetbaserede nyhedsmedier efterfølgende tages fat på en fase 2, som skal sikre, at magasiner og andre

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.

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
di.dk



Dansk Industri

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

From: Marie Louise Jacobs <MLJ@skm.dk>

Sent: 7. marts 2019 14:45

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

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 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 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@skm.dk og
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 varierer 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 momsfrigørelse. Hvis den nugældende praksis for momsfrigørelse ønskes opretholdt, må der derfor foretages en vurdering af, om den elektroniske avis i overvejende grad indeholder artikler, der berettiger til momsfrigørelse, 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 momsfrigørelse, 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.