

Fair mediemoms

Danske aviser er omfattet af særlige regler om nulmoms. Særligt efter udvidelsen af nulmomsordningen i 2019 til også at omfatte digitale nyhedsmedier, medfører nulmomsordningen en markant forskelsbehandling og konkurrenceforvridning på det danske mediemarked. Der er derfor behov for en revision af momsreglerne på medieområdet.

Nulmomsen

Loven om nulmoms stammer fra 1967 og omfatter ydelser, som i skattemæssig forstand betegnes som aviser. Eksempelvis en trykt avis. Nulmomsen fritager aviser fra at opkræve moms, mens momsen fortsat kan fradrages på indkøbte varer og ydelser. Aviser underlagt nulmomsen betaler en lønsumsafgift på 3,54 pct. Set under et fungerer nulmoms, som en rabat på aviser.

Nulmomsen er en *stand still* bestemmelse, hvilket betyder, at Danmark ikke må udvide dens anvendelsesområde, da bestemmelsen ellers falder bort.

For at et medie defineres som en avis, og dermed kan sælges uden moms, skal det leve op til tre kriterier:

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.

Loven definerer ikke begrebet avis yderligere, og selve fortolkningen af loven bygger på en administrativ praksis, hvor der anlægges en helhedsbetragtning på, om publikationen er en avis. Ud over de tre ovenstående kriterier ses der blandt andet på:

- Om publikationen fremtræder som avislignende i teknisk og typografisk henseende (papirkvalitet, tryk, layout m.v.).
- Om publikationen sælges i løssalg eller kun til abonnenter (foreningsmedlemmer)
- Oplagets størrelse.
- Om redaktionen er godkendt til at uddanne journalister.

I flere tidligere afgørelser om nulmoms er der lagt vægt på publikationens papirkvalitet, tryk og layout. I 2019 blev nulmomsen dog udvidet til også at gælde digitale aviser i forbindelse med vedtagelsen af lov 222. I den forbindelse er kriterierne, der knytter sig til avisens udseende, såsom typografi og opsætning udgået af vurderingen af nulmoms. Det betyder, at det mest håndgribelige kriterie for, hvornår en publikation anses som en avis, er faldet bort. Det overlader meget til fortolkning.

I kraft af at nulmomsen er en såkaldt stand still bestemmelse, er det ikke muligt at ændre de allerede gældende hovedkriterier i ordningen. Udvidelsen til elektroniske aviser er en konsekvens af, at EU's medlemslande fik muligheden for at sidestille trykte og digitale aviser momsmæssigt. Resten af kriterierne kan derimod ikke tilpasses det hastigt ændrende mediebillede.

Med den stigende mediekonvergens og udvidelsen nulmomsen til digitale aviser opstår der en grænseflade, hvor nogle medier er omfattet af nulmoms og andre ikke. Dette er på trods af, at størstedelen af deres indhold overlapper, og medierne er i direkte konkurrence. Nulmomsen bliver dermed konkurrenceforvridende og sandsynligvis i strid med EU's ligebehandlingsprincip.

Momsreglerne på medieområdet bør derfor ændres, således, at momsreglerne ikke skaber konkurrenceforvridning på mediemarkedet. Der skal indføres en fair og mere ensartet moms på medieområdet.

Flere løsningsmodeller

En mere ensartet moms for forskellige medietyper vil først og fremmest have to væsentlige fordele: Det vil sikre **fair konkurrence** mellem medierne og det vil give medievirksomhederne **frihed til udvikling** af medierne og forretningen uden at skulle skele til særlige momsfordele ved bestemte forretningsmodeller.

Der findes indenfor rammerne af EU's momslovgivning en række forskellige løsningsmodeller til sikring af ensartede momsvilkår for danske medier:

1. Afskaf nulmomsen
2. Indfør nulmoms for alle danske medier
3. Indfør en 5 pct. mediemoms på alle medier eller på udvalgte medietyper

Afskaffelse af nulmomsen er det enkle og fair løsning, men det vil samtidigt være en betydelig omlægning med uoverskuelige konsekvenser for de medier, der i dag er omfattet af nulmomsordningen.

Udvidelse af nulmomsen til alle medier vurderes at være mulig med en dynamisk fortolkning af den danske stand still bestemmelse. Ikke desto mindre har det hidtil været vurderingen fra danske myndigheder, at det er i modstrid med stand still bestemmelsen.

Den umiddelbart mest tilgængelige vej til fair moms på medieområdet er således at indføre en særlig lav mediemoms på alle medier eller på udvalgte medietyper.

Forslag fra GRAKOM

GRAKOM foreslår:

1. Alle digitale medier omfattes af særlig mediemoms på 5 pct.
2. Nulmomsen på trykte aviser fastholdes
3. Trykte medier, der ikke er omfattet af nulmoms, omfattes i stedet af den særlige mediemoms på 5 pct.

Med indførelse af en mediemoms på 5 pct. vil der være fair momsvilkår, da de nulmomsede medier er omfattet af lønsumsafgift på 3,54 pct. og den faktiske afgiftsforskel derfor er minimal.

5 pct. mediemoms på digitale medier skønnes at give staten et årligt provenutab omkring 25 mio. kr.

5 pct. mediemoms på trykte medier, der ikke er omfattet af nulmoms, skønnes at give staten et årligt provenutab på omkring 220 mio. kr.