

Dato:
09.03.2026

Innspill: Skattepolitiske tiltak for å styrke norsk mediemangfold

1. Innledning

Norsk Journalistlag (NJ) er både en fagforening og en mediepolitisk organisasjon for redaksjonelle medarbeidere i redaktørstyrte medier, frilansere og de som utdanner seg til å jobbe med media. Vi ivaretar medlemmenes journalistfaglige interesser, og verner om den redaksjonelle uavhengigheten og ytringsfriheten. NJ har i dag i overkant av 8600 medlemmer.

Vi ønsker å peke på behovet for å vurdere nasjonale tiltak for beskatning av globale teknologiselskaper, herunder innføring av en norsk digitalskatt (Digital Services Tax – DST).

1. Multinasjonale teknologiselskaper utfordrer skattesystemet

Den digitale økonomien utfordrer grunnleggende forutsetninger i det tradisjonelle skattesystemet. Multinasjonale teknologiselskaper kan hente betydelige inntekter fra et land uten å ha fysisk tilstedeværelse der, og uten at en tilsvarende del av overskuddet beskattes i landet hvor verdiskapingen i praksis finner sted.

Dette gjelder særlig selskaper som Google (Alphabet), Meta, TikTok og Snap. Disse bygger i stor grad bygger sine forretningsmodeller på brukerdata generert av nasjonale brukere og digital annonsering rettet mot nasjonale markeder. Samtidig beskattes overskudd fra disse teknologiselskapene i stor grad i andre jurisdiksjoner.

2. Konsekvenser for mediemarkedet og den demokratiske infrastrukturen

Globale teknologiplattformer har på kort tid overtatt en betydelig del av annonseinntektene i nasjonale markeder. I Norge anslås det at selskaper som Google, Meta, TikTok og Snap i 2026 vil hente ut om lag 14–15 milliarder kroner fra det norske annonsemarkedet. Likevel betaler disse aktørene svært begrenset skatt i Norge sammenlignet med aktiviteten i markedet.

For mediesektoren får denne utviklingen særlige konsekvenser.

For det første oppstår det skjeve konkurransevilkår. Norske redaktørstyrte journalistiske medier er underlagt norsk selskapsbeskatning, arbeidsgiveravgift og øvrige nasjonale rammevilkår. De globale teknologiselskapene opererer i det samme annonsemarkedet og henter betydelige inntekter fra norske brukere og annonsører, men beskattes i liten grad der verdiskapningen faktisk finner sted. Resultatet er et strukturelt konkurransefortrinn for internasjonale plattformaktører i et marked som samtidig er avgjørende for finansieringen av uavhengig journalistikk.

For det andre påvirker utviklingen selve den demokratiske infrastrukturen. Redaktørstyrte medier har en særskilt samfunnsrolle som bærebjelker for informasjonsfrihet, opplyst offentlig debatt og demokratisk kontroll. Ytringsfrihetskommisjonen peker i NOU 2022:9 på at: «Det stadig skjeve styrkeforholdet mellom inntektene til de redaktørstyrte mediene og de globale teknologiselskapene har påvirket infrastrukturen for ytrings- og informasjonsfriheten merkbart de siste årene.»

Når annonseinntekter i økende grad flyttes fra journalistiske medier til globale plattformer, svekkes det økonomiske grunnlaget for redaksjonell virksomhet. Dette er derfor ikke bare et næringspolitisk spørsmål, men også et spørsmål om demokratisk infrastruktur.

I en tid preget av økt geopolitisk spenning, informasjonsoperasjoner og digital påvirkning er tilgang til uavhengig journalistikk også en del av samfunnets samlede beredskap. Et robust nasjonalt mediemangfold bidrar til tillit i befolkningen, en faktabasert offentlig samtale og økt motstandskraft mot desinformasjon og påvirkningsoperasjoner.

3. Internasjonal utvikling – nasjonale digitalskatter

Manglende fremdrift i globale løsninger har ført til at flere land har innført eller foreslått nasjonale digitalskatter. Formålet har vært å sikre at selskaper som genererer store digitale inntekter i et land også bidrar til finansieringen av fellesskapet der.

Denne problemstillingen er også særlig relevant i et mediepolitisk perspektiv. Ytringsfrihetskommisjonen peker eksplisitt på digitalskatt som et mulig virkemiddel for å motvirke den økonomiske ubalansen mellom globale plattformer og nasjonale medier.

4. Offentlige annonsekroner og manglende oversikt

Det norske reklamemarkedet vokser kraftig. Prognoser viser at det nærmer seg 30 milliarder kroner i 2026. Over halvparten av dette går allerede til globale teknologiselskaper som Google og Meta. Nye anslag tilsier at fire internasjonale plattformer alene vil hente ut rundt 14,5 milliarder kroner fra det norske annonsemarkedet – nærmest uten å betale skatt hit.

Et særskilt problem i Norge er manglende oversikt over hvordan offentlige annonsemidler fordeles. I dag finnes det ingen samlet kartlegging av hvor stor andel av offentlige annonsekroner som går til norske redaktørstyrte medier og internasjonale teknologiplattformen. På direkte spørsmål fra Stortinget har regjeringen svart at en slik oversikt ikke finnes. Det er oppsiktsvekkende – all den tid staten og kommunene samlet sett er blant landets største annonsører.

Dette innebærer at offentlige midler potensielt bidrar til å finansiere globale plattformaktører som i liten grad bidrar tilbake til det norske skattefellesskapet.

NJ mener derfor at myndighetene bør:

1. Kartlegge fordelingen av offentlige annonsekroner mellom globale plattformer og norske medier.
2. Vurdere hvordan skattepolitikken kan bidra til mer balanserte konkurransevilkår.

5. Behovet for nasjonale tiltak

NJ mener Skattekommisjonen bør vurdere digitalskatt som et mulig supplement til de internasjonale skattereformene. Selv om globale løsninger er ønskelige, har prosessene vist seg å gå langsomt og med begrenset effekt på kort sikt.

En nasjonal digitalskatt kan bidra til:

- mer rettferdig beskatning av digitale markedsinntekter
- bedre konkurransevilkår i annonsemarkedet
- finansiering av fellesskapet i land hvor inntektene faktisk genereres.

Samtidig vil en slik ordning kunne bidra til å gjenopprette noe av balansen mellom globale plattformaktører og nasjonale medier, som er avgjørende for et velfungerende offentlig ordskifte.

6. Plattformnøytralt merverdiavgiftsfritak for nyhets- og aktualitetsmedier

I tillegg til tiltak rettet mot beskatning av globale teknologiplattformer, mener NJ at skattepolitikken også bør brukes aktivt for å styrke rammevilkårene for redaktørstyrte medier. Et sentralt virkemiddel i denne sammenhengen er merverdiavgiftsregimet for nyhets- og aktualitetsmedier.

I 2023 ble merverdiavgiftsfritaket for elektroniske nyhetstjenester fjernet, blant annet med bakgrunn i anbefaling fra et flertall i Torvik-utvalget, jf. NOU 2022: 20 *Et helhetlig skattesystem*. De uheldige konsekvensene av at fritaket ble fjernet er godt dokumentert, både av Medietilsynet, Oslo Economics og mediebransjen selv.

Mediebedriftenes Landsforening (MBL) har utredet en modell som tar høyde for de utilsiktede virkningene av fritaket slik det tidligere var innrettet, herunder at det ga rom for store tilpasninger. Den nye modellen er avgrenset mot norske nyhetsmedier og beregnet til å utgjøre i overkant av 200 millioner kroner.

Hovedformålet med fritaket – å bidra til ytrings- og informasjonsfrihet og en åpen og opplyst offentlig debatt ved å stimulere til høy etterspørsel etter nyhetstjenester – er minst like viktig i dag, om ikke enda viktigere.

I den ferske rapporten *Fremtidens redaktørstyrte medier 2035* fra inFuture pekes det på at lyd og levende bilde vil bli stadig viktigere nyhetsformater fremover. Rapporten viser derfor til NHOs vurdering av at «det plattformnøytrale momsfrirket, som ble fjernet uten en tilstrekkelig konsekvensanalyse, bør gjeninnføres slik at mediehusene kan drive nødvendig innovasjon og utvikle nye, fremtidsrettede produkter. Det er det viktigste mediepolitiske grepet for å styrke redaktørstyrte medier».

På denne bakgrunn ber NJ Skattekommisjonen vurdere gjeninnføring av et plattformnøytralt merverdiavgiftsfritak for nyhets- og aktualitetsmedier. Et slikt fritak vil styrke mediebransjens økonomiske handlingsrom og legge bedre til rette for utvikling av nye journalistiske formater og tjenester.

7. Avsluttende bemerkninger

Det er avgjørende at skattesystemet utvikles i takt med den digitale økonomien. Når globale teknologiselskaper kan hente betydelige inntekter fra norske brukere og det norske annonsemarkedet uten å bidra tilsvarende til fellesskapet, undergraves både skatterettferdigheten og konkurransevilkårene i mediemarkedet.

Samtidig er det behov for skattepolitiske virkemidler som bidrar til å styrke rammevilkårene for redaktørstyrte journalistiske medier. Journalistikk utgjør en sentral del av den demokratiske infrastrukturen, og finansieringsgrunnlaget for uavhengige medier er i økende grad under press i den digitale økonomien.

Norsk Journalistlag mener derfor at Skattekommisjonen bør vurdere tiltak både på inntekts- og rammesiden. Dette innebærer blant annet å utrede en nasjonal digitalskatt for å sikre mer rettferdig beskatning av globale teknologiselskaper, samt å vurdere gjeninnføring av et plattformnøytralt merverdiavgiftsfritak for nyhets- og aktualitetsmedier.

Til sammen kan slike tiltak bidra til mer balanserte konkurransevilkår i annonsemarkedet og til å sikre bærekraftige rammevilkår for journalistikken og den demokratiske infrastrukturen i Norge.

Vennlig hilsen,

Dag Idar Tryggestad
leder

Ina Lindahl Nyrud
advokat