

NOU 2021:4 - Norge mot 2025
- høringssvar fra Schibsted

Schibsted er en familie av digitale merkevarer, hovedsakelig med virksomhet i Norden. Vi opererer innen tre forretningsområder; mediehus, online markeds plasser og digitale forbrukertjenester. Vi er også hovedeier i Adevinta, verdens største selskap for online markeds plasser.

Utvalgets mandat bærer naturlig nok preg av å ha blitt utarbeidet i april-mai 2020. På dette tidspunktet var bekymringen for verdiskaping og sysselsetting svært stor, både i privat sektor og fra myndighetenes side. Til tross for betydelig variasjon fra sektor til sektor, så er foreløpig fasit i det store bildet at det har gått langt bedre for norsk økonomi gjennom pandemien enn det de aller fleste fryktet på våren og forsommeren 2020.

NHO forventer i sine siste prognoser at økonomien i Norge er tilbake på samme nivå som før pandemien i løpet av tredje kvartal i år og tror på en økning i fastlands-BNP på 3,3 prosent i 2021, 3,5 prosent i 2022.

“Norge mot 2025” er en bred utredning med mange og komplekse temaer og innfallsvinkler. Vi begrenser våre kommentarer til noen få temaer av spesiell relevans for Schibsted og våre forretningsområder.

Digitalisering

Som utvalget helt riktig peker på så er det de lange trendene, i noen tilfeller forsterket av pandemien, som først og fremst krever oppmerksomhet og tiltak.

Et eksempel på dette er at Google og Facebook har tatt markedsandeler i annonsemarkedet fra mediebransjen gjennom pandemien. Disse to aktørene hadde annonseinntekter i Norge på om lag 7 mrd NOK i 2020, mens prognostiserte inntekter for inneværende år er 7,8 mrd NOK. Mediebransjen mistet 0,5 mrd NOK i annonsemarkedet i 2020.

I Schibsted er vi spesielt opptatt av mulighetene og forutsetningene for å bygge sterke norske digitale virksomheter med potensiale til å hevde seg i en konkurranse som i realiteten er global. Det er særtrekk ved det norske samfunnet som gjør at vi både har gode forutsetninger for å lykkes og betydelig risiko for å bli hengende etter.

Vi har høy digital modenhet i befolkningen, en sterk økonomi både privat og offentlig, og er et velorganisert samfunn preget av høy tillit. På risiko-siden må vi blant annet konstatere at norske, digitalt drevne, virksomheter, er små sammenlignet med de internasjonale konkurrentene og at tilgangen på digital kompetanse er en kritisk innsatsfaktor. Regulatorisk

Schibsted

er det et stort behov for å sikre en rettferdig konkurranse mot de største globale aktørene og sørge for at norske virksomheter får tilstrekkelig rom for å vokse.

I vårt perspektiv er dette spesielt relevant for den grenseløse digitale konkurransen mellom norske virksomheter og globale selskaper med en størrelse og makt vi aldri tidligere har sett maken til. Vi er opptatt av gode vilkår for å fortsette byggingen av sterke digitale virksomheter, i et konstruktivt samspill med regulatoriske myndigheter, og vi mener det er avgjørende at også norske myndigheter forholder seg til at konkurransen i stadig større grad er global, ikke nasjonal.

EU-kommisjonenes forslag til Digital Services Act (DSA) og Digital Markets Act (DMA) er svært viktige bidrag til nødvendig regulering av det digitale markedet. Disse reguleringene vil bidra til å begrense de globale tech-gigantenes misbruk av sine portvokterfunksjoner og gjøre ansvaret for formidling av ulovlige varer, tjenester og innhold tydeligere. Vi støtter i all hovedsak disse forslagene, med noen innspill til forbedringer, har kommunisert våre posisjoner til norske myndigheter og opplever at dialogen med regjeringen er god. Vi har også en aktiv dialog med EU-institusjonen om disse reguleringene. Vi går derfor ikke nærmere inn på dette her.

DMA er et ex ante-regelverk som er ment å stille tydelige krav til de største aktørene om hva de kan gjøre og ikke gjøre. Den ordinære konkurranselovgivningen er laget for å vurdere transaksjoner og tiltak etter at de er gjort. Konsekvensen av det siste er at det tar svært lang tid fra EU starter etterforskning til en avgjørelse er klar. Det tok for eksempel 10 år fra EU-kommisjonen startet sin granskning av Google Shopping til selskapet ble bøtelagt for misbruk av markedsrett i strid med konkurranselovgivningen, og det vil gå ytterligere tid før spørsmålet er avgjort i domstolene. Konsekvensene for de aktørene som sliter med tilgang til markedet gjennom søketjenesten, på grunn av Googles favorisering av egne tjenester, kan naturligvis være dramatisk. DMA skal sørge for at uakseptabel atferd for den frie konkurransen blir stanset tidligere, slik at skadevirkningene blir mindre.

Den globaliserte digitale konkurransen gjør det også naturlig å vurdere norsk konkurranselovgivning og forvaltningen av lovverket. Vår viktigste bekymring her er at man i for stor grad betrakter Norge som et eget konkurranseunivers, uten å se hen til globale aktørers påvirkning på dette markedet. Et nylig eksempel på dette er at Konkurransetilsynet ikke fant det relevant å ta hensyn til konkurransen fra Facebook Marketplace, da de konkluderte med at FINN ikke fikk kjøpe Nettbil.

Forholdet til plattformgigantene

De store globale tech-plattformenes misbruk av sin nesten-monopolistiske portvokterrolle, er det forholdet som står øverst på vår liste over problemer som må løses for å få til fungerende digitale markeder og skape rom for vekst for nasjonale og regionale virksomheter. De digitale portvokterne kjennetegnes ved at de kontrollerer infrastruktur, tekniske løsninger og/eller økonomiske vilkår for andre næringsaktørers kontakt med egne kunder og brukere.

Utgangspunktet skal likevel være at flere av disse gigantene har bidratt med tjenester av stor verdi, for store deler av verdens befolkning. De har gjort det enklere for mennesker å pleie vennskap, de har gitt ytringsmuligheter for mange av dem som ikke hadde noen god kanal

Schibsted

for dette tidligere, de har skapt arenaer for enklere formidling av varer og tjenester, og nettverkene kan brukes til å formidle kunnskap mennesker trenger for å fungere i samfunnet.

Dette har dannet grunnlaget for at disse selskapene nå er blant verdens største, med en økonomisk og politisk makt som gjør dem enestående i en historisk kontekst. De kontrollerer i stor grad andre aktørers markedsadgang, de låser brukerne inne i sine egne universer, de favoriserer sine egne tjenester fremfor andres, de kontrollerer både egne og andres brukerdata og de dikterer betingelsene i tilfeller der andre aktører ikke har noe annet reelt alternativ enn å bruke dem for å nå frem til sine egne kunder.

Utvalget peker på disse utfordringene:

“Fremveksten av globale, digitale handels- og tjenesteplassformer skaper utfordringer i konkurransepolitikken, i personvernpolitikken, i mediepolitikken og i skattepolitikken...”

Utvalget skriver blant annet:

“[For å bøte på disse problemene]... foreslår utvalget at det foretas en offentlig gjennomgang av virksomheten, slik det er gjort i flere andre land. Konkurransetilsynet, Datatilsynet, Statens Medietilsyn, Skatteetaten, DSB, NSM, forbrukermyndighetene og andre relevante fagmyndigheter bør i samarbeid vurdere hvordan samfunnet som helhet, norske virksomheter og forbrukere kan gis muligheter for å dra nytte av og beskytte seg mot uheldige konsekvenser av plattformøkonomiens fremmarsj og dens akselerasjon under pandemien.”

Noe av hensikten med DSA og DMA er å sørge for harmoniserte regler for den digitale økonomien, noe som vil redusere problemet utvalget peker på med plattformenes manglende tilpasning til regelverket i de landene de opererer i.

Utvalget skriver at eventuelle tiltak må skje innen rammen av aktuelt EU-lovverk. Denne påpekningen er spesielt relevant i en situasjon der EU-parlamentet nå behandler kommisjonens forslag, DSA og DMA. Ansvar for formidling av ulovlige varer, tjenester og innhold skal skje etter både nasjonal lov og EU-lov, og det er i DSA lagt opp til nasjonalt tilsyn og en koordinator mellom de ulike relevante tilsynsorganene, og mellom det aktuelle landet og EU-kommisjonen. Tilsynet etter DMA er foreslått lagt til EU-kommisjonen fordi dette er harmoniserte ex ante-regler som vil gjelde for hele EU/EØS-området. Det har kommet forslag fra parlamentet om at medlemslandene også bør ha en rolle når det gjelder tilsyn etter DMA, i et tett samspill med kommisjonen. Modellen skal beslutes etter forhandlinger.

Vi tror at utvalgets forslag om en nasjonal offentlig gjennomgang av plattformenes virksomhet kan ha mye for seg og anbefaler at mandat og innretning sees i lys av de føringene som gis i DSA og DMA.

Skattlegging av internasjonale digitale selskaper

Schibsted har i flere år engasjert seg i de konkurranseskjevhetene som oppstår ved at våre hovedkonkurrenter, Google og Facebook, knapt betaler skatt til Norge.

Utvalget beskriver problemet slik:

Schibsted

“Etter gjeldende internasjonale skatteregler er [...] fysisk tilstedeværelse sentralt for å avgjøre hvilke land som kan skattlegge et utenlandsk selskap med aktivitet i flere land. Det betyr at hvis et utenlandsk selskap selger varer og tjenester til forbrukere i Norge uten at selskapet er fysisk etablert her, vil selskapet normalt ikke være skattepliktig til Norge.”

Problemet gjelder naturlig nok svært mange land og må også finne sin løsning internasjonalt. Det er heller ikke et problem som utelukkende dreier seg om like konkurransevilkår, men også om hvordan velferdsstater skal finansieres i en stadig mer global og digital økonomi.

OECD arbeider med løsninger, og etter at en ny administrasjon kom på plass i USA kan det synes som om mulighetene for å lykkes nå er større enn de foregående årene. Vi ser en løsning i regi av OECD som klart best, fordi dette vil føre til ensartede regler globalt. Dersom dette ikke lykkes kan en felles løsning for EU/EØS-området være en mulighet. Vi er derimot skeptiske til nasjonale løsninger på dette problemet, blant annet fordi det vil føre til store compliance-utfordringer for oss som opererer i ulike nasjonale markeder og dette vil generere kompleksitet og byråkrati i oppfølgingen.

Momsfritaket for nyhetsmedier

I drøftingen av skattesystemet retter utvalget kritikk mot unntak fra skatteplikten:

“Det er en rekke unntak fra skatteplikt og fradragssordninger som uthuler skattegrunnlagene og som gjør at vi må ha høyere skattesatser enn vi ellers kunne hatt. Et eksempel på dette er merverdiavgiften. Reduserte satser, unntak og fritak skaper vridninger, reduserer statens inntekter og øker de administrative kostnadene for de næringsdrivende og for Skatteetaten.”

For nyhetsmediene er fritaket fra mva det viktigste statlige bidraget for å opprettholde produksjon av journalistikk nasjonalt og lokalt av god kvalitet. For et så lite marked som det norske er det neppe dristig å hevde at vi hadde hatt et langt mindre mediemangfold om vi ikke hadde hatt et slikt fritak. Etter flere tiår med momsfritak for papiravisene lyktes det å få på plass også et fritak for digitale nyhetsprodukter fra 2016. Dette har vært en avgjørende faktor for å kunne bygge et digitalt abonnementsmarked, noe som i sin tur har vært avgjørende for å kunne finansiere norske, private redaksjoner de siste årene.

Det er flere grunner til at momsfritaket for nyhetsmediene er et egnet virkemiddel for å sikre produksjon av journalistikk samfunnet er avhengig av for å kunne fungere godt. Løsningen sikrer større armlengde til myndighetene, sammenlignet med direkte støtte, noe som er en prinsipiell fordel for en virksomhet som har som en av sine kjerneoppgaver å granske og etterprøve maktutøvelse. En annen fordel er at momsfritak, og eventuelle andre indirekte tiltak, er rettferdige i den forstand at de ikke skaper konkurransevridninger. Et tredje poeng er at et slikt virkemiddel er forholdsvis enkelt, forutsigbart og ubyråkratisk. Vi vil derfor advare på det sterkeste mot å fjerne momsfritaket for nyhetsmediene, først og fremst av hensyn til demokratiet.

Digital kompetanse

Utvalget viser til tidligere utredningers kartlegging av kompetansebehov, spesielt i en fase med omfattende digital omstilling. Det vises også til ekspertgruppen som i 2020 utarbeidet

Schibsted

en rapport om datadeling i næringslivet. Gruppen siteres på forutsetninger for å lykkes i arbeidet med større verdiskaping basert på data:

“Det mangler generalist- og spesialistkompetanse innen områder som er viktige for datadeling, slik som IKT-spesialister, spesialister i datavitenskap, og eksperter i skjæringsfeltet mellom jus og IKT: Det bør satses på utdanning, kombinert med å samle næringsliv og akademia rundt større forskningssentersamarbeid. Det bør etableres forskningssentre knyttet til arbeidet med å utnytte datasett av spesiell samfunnsmessig interesse.”

I alle sammenhenger der digitalisering diskuteres er kompetansebehov en gjenganger. Utvalget peker på beregninger for behov for arbeidskraft med IKT-kompetanse og viser også til de særskilte tiltakene regjeringen har satt inn, spesielt fra 2015, for å øke utdanningskapasiteten på området. Med et beregnet behov på 40.000 nye årsverk innen IKT i 2030 så støtter vi utvalgets forslag om å styrke satsingen ytterligere. Vi er også enige i at digitalisering bør integreres i alle studieprogram.

I tillegg til satsing på norske forsknings- og utdanningsmiljøer må vi samtidig konstatere at markedet for de beste av de beste teknologene er internasjonalt. Spørsmålet blir derfor ikke bare hvordan vi best kan utdanne våre egne, men hvordan vi kan trekke til oss nøkkelkompetanse utenfra. Vi støtter utvalgets forslag om en nærmere kartlegging av næringslivets digitale kompetansebehov og oppfordringen til å se på hvordan Norge kan utvikles og markedsføres som et attraktivt land å arbeide i for utenlandsk arbeidskraft med den rette kompetansen.

Det grønne skiftet

Schibsteds viktigste bidrag i det grønne skiftet er det våre digitale markeds plasser bidrar med når det gjelder sirkulær økonomi. Vi har i flere år beregnet klimaeffekten som kommer av gjenbruk ved hjelp av våre markeds plasser, og kom for eksempel frem til at effekten i 2020 tilsvarer drøye 40 prosent av Norges totale utslipp. Se siste rapport med beregninger her: <https://schibsted.com/secondhandeffect/>

I kapitlet om “Pandemien og det grønne skiftet” skriver utvalget blant annet om behovet for å støtte en grønn omstilling gjennom Forskningsrådet og Grønn Plattform. Dette er et tiltak vi mener kan ha svært stor positiv effekt. Et godt eksempel på dette er et konsortium der vårt eget FINN.no deltar, som har søkt om midler til å digitalisere byggebransjen og redusere utslipp blant annet gjennom en markeds plass for brukte byggematerialer. Et så stort prosjekt er det krevende å løfte for private aktører alene, og her vil det være avgjørende med støtte i etableringsfasen.

Overgangen fra mindre lineært til mer sirkulært forbruk innebærer mer fokus på reparasjoner, gjenbruk, deling og resirkulering. Dette er endringer som må incentiveres og vi har spilt inn en rekke konkrete forslag til regjeringens respons på FNs bærekraftsmål. Eksempler er fjerning av moms på reparasjoner, utleietjenester og bruksalg, forlenget reklamasjonstid, endringer i brukthandelloven, merkeordninger og avgiftsendringer.

Kunstig Intelligens (KI)

Schibsted

Ved inngangen til den teknologiske omveltningen kunstig intelligens (KI) mest sannsynlig vil representere, så blir den politiske og regulatoriske utfordringen å balansere fokus på det

samfunnsforbedrende potensialet i teknologien og en føre-vår-holdning som har en rasjonell begrunnelse.

En litt trist, historisk forståelig, men ikke særlig rasjonell parallell nevnes av utvalget: *“Automatisering og digitalisering kan isolert sett føre til lavere sysselsetting og tap av arbeidsplasser. Dette er virkninger av teknologi som har vært fryktet fra begynnelsen av den industrielle revolusjonen. På begynnelsen av 1800-tallet i Storbritannia ødela luddittene tekstilmaskiner som truet deres jobber (Conniff, 2011).”*

EU-kommisjonens nylig fremlagte forslag til regulering for KI blir presentert som menneske-sentrisk og risikobasert - noe som etter vår vurdering er gode innfallsvinkler til temaet. Aerkjente tenkeres advarsler om at KI kan føre til menneskehetens undergang gjør inntrykk, men må balanseres mot det faktum at KI i dag knapt er i stand til å parkere en bil. I denne situasjonen er det viktig å se på mulighetene i KI og også vurdere KI-strategien i lys av kommisjonens overordnede ambisjon om å styrke Europa digitalt, i konkurransen med USA og Kina.

I Schibsted er vi opptatt av en ansvarlig KI-innovasjon. Ikke fordi vi umiddelbart er bekymret for menneskehetens undergang, men fordi det er avgjørende for oss at våre kunder og brukere kjenner seg trygge på de løsningene vi kan komme til å utvikle og har tillit til at vi gjør kloke valg.

Reguleringen EU-kommisjonen foreslår er relativt vag og etterlater en rekke spørsmål vi tar opp i den posisjonen vi har formulert. Nærmere definisjoner av “ulovlig KI” og “høy-risiko KI” er for eksempel avgjørende for vår vurdering av strategien. Vi vektlegger også behovet for å gjøre reglene for KI overkommelige å etterleve også for små og mellomstore bedrifter. Får vi reguleringer som er så kompliserte at bare de aller største har mulighet til å forholde seg til dem så vil det føre til ytterligere konkurransevridninger i favør av gigantene.

Oppsummert

- Det er viktig at Norge fortsetter å bruke sin innflytelse gjennom EFTA til å påvirke EU-institusjonenes arbeid med Digital Services Act (DSA) og Digital Markets Act (DMA), slik at reguleringene blir så kraftfulle og tydelige som mulig. Man må også sørge for proporsjonalitet, slik at mindre aktører ikke pålegges unødvendige byrder.
- Nasjonalt lovverk må vurderes i lys av DSA og DMA. Det vil være et særlig behov for å vurdere konkurranselovgivningen og dagens praktisering.
- Vi støtter utvalgets forslag om en nasjonal gjennomgang av de globale plattformaktørenes virksomhet i Norge.
- Norske myndigheter må være aktive i OECDs arbeid med å utvikle nye skattemodeller som gir en mer rettferdig beskatning i de landene der

Schibsted

plattformgigantene opererer. Dersom dette arbeidet ikke fører frem kan felles regler på EU-nivå være et akseptabelt alternativ. Nasjonale særregler må unngås.

- Momsfritaket for mediene må videreføres.
- Utdanningskapasiteten innen IKT må kalibreres til det behovet som er beregnet frem mot 2030. Det bør også vurderes hvordan man i et privat/offentlig samarbeid kan gjøre Norge enda mer attraktivt for utenlandsk arbeidskraft med denne kompetansen.
- Statlige støtteordninger for å fremme det grønne skiftet må settes inn der effekten er størst. Vi ser et særlig potensiale innen den sirkulære økonomien.
- Utviklingen av kunstig intelligens (KI) må bygge på kunnskap og rasjonalitet. Norske myndigheter bør bidra til at EU-kommisjonens nylig fremlagte forslag til regulering av KI blir vesentlig mer tydelig.

Vennlig hilsen

Kristin Skogen Lund
CEO Schibsted
sign.