

Står fast på skattesmell

FINANS

Israelske skattemyndigheter mener innvendigene fra Vizrt er grunnløse, etter at de ga bergensselskapet en skattesmell på 427,5 millioner kroner.

MATHILDE BECKER AARSETH OSLO

På nyårsaftnen fikk det bergensbaserte tv-grafikk-selskapet Vizrt tidenes skattekrav fra israelske skattemyndigheter. De krever 427,5 millioner kroner fra Vizrt i forsinket skatt fra 2008, da selskapet omstrukturerte seg og overførte rettighetene til innlektuell eiendom fra flere ulike land til Sveits.

Vizrt, som hadde et overskudd på 10,3 millioner kroner i 2012, har avvist det enorme kravet, og mener det er et forhandlingsuttspill fra israelske myndigheter. Uenighetene bunnner i at Israel mener overføringen av rettighetene var et salg, mens Vizrt mener det er en leiordning. Vizrts selskap i Sveits betaler en avgift for bruken av rettighetene til landene, som fortsatt eier dem ifølge Vizrt.

Aggressiv posisjon

– Vi ser dessverre et økende antall enorme skattekrav fra Israel, og de fleste av dem er på området «transfer pricing», sier Sharon Shulman, partner i Ernst & Young som er revisor for Vizrt. «Transfer pricing» eller internprising handler om vilkår for transaksjoner mellom selskap med interessefellesskap. Shulman ønsker ikke kommentere Vizrts sak spesielt fordi den er under forhandling med myndighetene.

– Israelske skattemyndigheter inntar ofte en aggressiv posisjon

«HOBBITEN» TOPPER PÅ DVD

FILM – Vi lever alle av gode titler, sier filmansvarlig Steinart Storliøkken hos Platekompaniet til Kinomagazinet. Ifjor så listen over de tre mest solgte filmene hos Platekompaniet slik ut:

1. «Hobbiten: En uventet reise»
2. «De urørlige»
3. «Skyfall»

Ifølge Kinomagazinet er «Hobbiten» tidenes tredje mest solgte tittel på fullpris etter «Kon-Tiki» og «Mamma Mia! The Movie».

– Vi hadde et fabelaktig første halvår i 2013, der filmene fra de veldig gode kinomånedene i oktober til februar kom ut, sier Storliøkken. DN



TIDENES SKATTEKRAV. Vizrt, her representert med administrerende direktør Martin Burckhalter har fått en gedigen skattesmell. Foto: Gunnar Bløndal

i disse sakene, blant annet fordi det er et relativt nytt juridisk område i Israel. Jeg håper de vil forandre holdning etter hvert som de får mer erfaring på området, sier Shulman.

Grunnløse beskyldninger

Iris Sor-On, falsperson for skattemyndighetene i Israel, avviser at israelske myndigheter mangel kunnskap om internprising.

– Vi har en egen avdeling som spesialiserer seg på dette området, så disse beskyldningene er grunnløse, sier Sor-On. – Vizrt hevder at tallene er tatt ut av luften?

– Vi kan ikke spesifikt kommentere skattekravet mot Vizrt på grunn av taushetsplikt. Men alle skattekrav er basert på informasjon fra selskapet selv og andre kilder. Alle bedrifter har anledning til å føre sin sak om

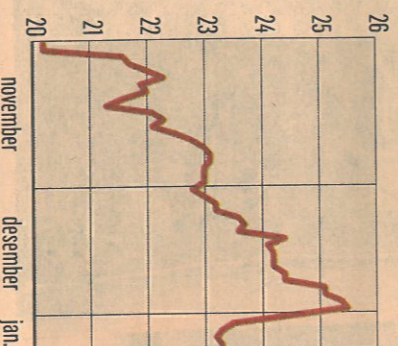
RASERMOT KRIMKUTT

LITTERATUR Regeringen kutter ti millioner kroner i bevilgninger til litteratur i årets statsbudsjett og statssekretær Knut Olav Amås foreslo i Klassekampen å hente noen av disse pengene ved å fjerne krimlitteratur fra innkjøpsordningen til landets biblioteker.

– Det er urimelig og usolidarisk å ramme en genre og en hel forfattergruppe, sier krimforfatter Tom Egealand til NRK.no. – Hverken Jo Nesbø, Unni Lindell eller jeg er på noe vis avhengig av inntekten fra innkjøpsordningen. Vi klarer oss. Men det utgis mye krim som slett ikke selger godt. Skal disse diskrimineres fordi andre krimforfattere selger mye, spør Egealand. DN

VIZRT

Kursen fra 1. nov. 2013.



2014 Dagens Næringsliv grafikk/Milde. Inffont

de ulike delene av skattekravet før det endelige kravet blir lagt frem, sier Sor-On.

mathilde.aarseth@dn.no

LØKELAND-STAI NYHETSREDAKTØR

MEDIER Espen Løkeland-Stai er ansatt som nyhetsredaktør i Dagsavisen, der han har arbeidet siden 2009. Det melder nettstedet Kampanje.com.

Løkeland-Stai har vært utenriksjournalist, fungert som debattredaktør og de siste årene har han jobbet som politisk reporter i Dagsavisens samfunnsavdeling. Løkeland-Stai har tidligere vært Europa-korrespondent for Klassekampen, og har jobbet frilans fra Paris for en lang rekke norske medier. Løkeland-Stai har også mangeårig redaksjonell ledererfaring fra Klassekampen, der han har vært både nyhetsjef og utenriksredaktør. Espen Løkeland-Stai begynner i jobben 1. mars.

Betalt innhold og journalistikk

INNLEGG Medier

Rådgiver og skribent Ida Aalen har i DN mandag 6. januar noen svært interessante og gode betraktninger rundt det som på engelsk kalles «content marketing» og på norsk gjerne «innholdsmarkedsføring». Kan det være et alternativ til tradisjonell journalistikk? Jeg tolker Aalens svar som nei. Samtidig stiller hun det høyst berømlige spørsmålet om vi leser strengt tatt bryr oss om vi får råd for ferning av rødvinfløker fra hjemmestundene til Lilleborg, Vinmonopolet eller VG. Det er et godt spørsmål, fordi det utfordrer vår forståelse av hva journalistikk dypest sett er, og hva som kjennetegner den.

Kør vi går videre på den diskusjonen bør vi imidlertid rydde opp i noe jeg oppfatter som en terminologisk misforståelse. Tittelen på Aalens artikkel er «sponset innhold». Jeg mener det er galt.

«Innholdsmarkedsføring» er ikke sponset innhold, det er betalt innhold. Forutsetningen for sponset av journalistikk (i tråd med den såkalte Tekstreklameplakaten) er at sponsoren ikke kan påvirke innholdet i den journalistikken som vedkommende sponsorer. Byggmakt har for eksempel ingen mulighet til å påvirke innhold eller presentasjon av TV 2s sportssendinger, om de er aldri så mye sponsor. I det øyeblikket du kan påvirke eller bestemme innholdet, har du i realiteten betalt for nettopp denne påvirkningen. Det kalles i ytterste konsekvens reklame. Så vil noen si, som Aalen, at

Det faktisk at du får informasjon fra et medium som har forpliktet seg på blant annet Vær varsom-plakaten og Redaktørplakaten skal være en garanti for at kritiske forhold som burde løftes frem i lyset faktisk blir det

FOR 50 ÅR SIDEN

NORGE'S HANDEL'S OG SjøPArT'S TIDSBØK

Drasatisk forhøyelse av SIGARETT-avgiften?

Kristelig Folkparti mener at Kennedy-rapporten om sigarett-røykings helsenessige skadevirkninger er en så alvorlig sak at det må reageres på den i Stortinget, uttaler partets gruppeordfø-



DN 6. januar

der finnes en stor mengde informasjon som publiseres av bedrifter, organisasjoner, offentlige etater og så videre, som er like saktig og oppysende som nye av den journalistikken vi ser. Det er riktig. En hvilken som helst norsk kommune kan trolig presentere vedtakene i siste kommunestyremøte like presist og tørt nyaktig som lokalavisen. Utfordringen er at kommunen neppe vil presentere konsekvensene av alle vedtak, i hvert fall ikke dersom det er at antallet sykehjemsplasser blir redusert, eller at kulturskolen kan bli nedlagt. Prøv å finne en negativ nyhet på Finansdepartementets hjemmeside den dagen statsbudsjettet legges frem. Lykke til!

Allerede her – til tross for noen mulige formatiske likheter – skiller altså «innholdsmarkedsføring» og journalistikk lag. Det faktisk at du får informasjon fra et medium som har forpliktet seg på blant annet Vær varsom-plakaten og Redaktørplakaten skal være en garanti for at kritiske forhold som burde løftes frem i lyset faktisk blir det. Her er det stort forberedingspotensial hos norske medier. Jeg tror imidlertid ikke veien å gå er å gi opp nye av det som ikke ved første øyekast bærer den beste journalistikkens adelsmerke.

Jeg finner fortsatt mer mening i å lese tester av nye mobiltelefoner på lydopptak eller klikk.no, enn på Samsungs eller Sonys hjemmesider, selv om de siste kan være vel så godt skrevet. Der tror jeg forøvrig Ida Aalen og jeg er helt enige.

Arne Jensen er generalsekretær i Norsk Redaktørforening

rer Kjell Bondevik, til NH og S.T.

... Det må da også være en oppgave for oss som politikere å ta problemet opp til alvorlig overveielse for å se hva vi kan gjøre for å hjelpe dem som ikke klarer å løse sitt røkeproblem på egen hånd. 13. januar 1964