

9. maj 2006

Svar på §20-spørgsmål nr. S 4525 af 4. maj 2006 fra Martin Henriksen (DF)

Spørgsmål:

”Kan ministeren oplyse, hvor meget af EU’s samlede budget der går til at markedsføre EU overfor de europæiske befolkninger, og hvor meget af Danmarks bidrag, der går til markedsføring af EU – gerne opgjort i kroner og procent?”

Svar:

Der er ikke på EU’s budget en post, som vedrører markedsføring af EU overfor de europæiske befolkninger.

EU-budgettet omfatter et samlet politikområde ”Presse og kommunikation”. Dette politikområde omfatter bl.a. udarbejdelsen af informationsmateriale om EU til imødekommelse af behovet herfor. På EU’s budget i 2006 er der afsat følgende midler til dette politikområde.

Tabel 1. Afsatte midler på politikområdet presse og kommunikation (Kommissionen) i EU’s budget for 2006

Budgetlinje	Bevilling i 2006 (Betaling i mio. kr. v. kurs 7,46)
16.01. Administrative udgifter vedrørende politikområdet presse og kommunikation (bygninger, lønudgifter, it-udgifter mv.)	910,0
16.02. Information af medierne om Kommissionens beslutninger og politikker	171,9
16.03. Analyse af tendenser i den offentlige opinion og udarbejdelse af generelt informationsmateriale til borgerne	182,7
16.04. Integreret forvaltning af kommunikationsmidler	74,6
16.05. Koordinering af informationscentre og netværk i den Europæiske Union	112,9
I alt	1.452,1

Anm.: Tabellen summer ikke pga. afrunding.

Der er på EU's budget for 2006 afsat i alt ca. 1,45 mia. kr. i 2006 til politikområdet presse og kommunikation. Hovedparten af den afsatte bevilling vedrører administrative udgifter til personale og bygninger mv., herunder udgifter til Kommissionens repræsentationer i medlemslandene, der varetager en bred vifte af opgaver.

Danmarks finansieringsandel af EU’s budget er på ca. 2 pct. Dette svarer til et dansk bidrag til det samlede politikområde presse og kommunikation på ca. 29 mio. kr.

Det samlede danske EU-bidrag er på Finansloven for 2006 opgjort til 16.650 mia. kr. Af det budgetterede danske EU-bidrag er det således ca. 0,17 pct., som anvendes til politikområdet presse og kommunikation.

Det bemærkes, at ovennævnte opgørelse ikke inkluderer de midler, som de øvrige EU-institutioner anvender til presse og kommunikation. Europaparlamentet har i 2006 afsat ca. 54,5 mio. euro til informationslignende aktiviteter. Dette dækker en bred vifte af udgifter til fx generelle publikationer og tilrettelæggelse af seminarer mv. For øvrige institutioner, fx domstolen og revisionsretten, vurderes udgifterne at være begrænsede.