

**SAU-note:**

Hjerting Posten, 17. november 2012,  
kan rekvireres ved henvendelse til  
sekretariatet.

**Den 21. november 2012**

**Til Folketingets skatteudvalg - Fra Hjerting Posten, v/Birthe Gaj Nielsen**

Eneste forskel på Hjerting Posten (månedssaviser) – og ugeaviser er udgivelsesfrekvensen.

Vi leverer en lokalavis af høj kvalitet 11 gange om året, som læserne værdsætter højt – i et område med cirka 35.000 indbyggere.

Læserne

- \* vil ikke undvære Hjerting Posten
- \* opfatter avisen som den vigtigste kilde til lokal information, fordi Hjerting Posten bringer alt om, hvad der foregår i lokalområdet – oplysninger, som de ellers ikke ville have fået, fordi ugeaviserne ikke bringer det. (Ugeaviserne dækker hele Esbjerg Kommune helt til Ribe og Bramming)
- \* mener Hjerting Posten er til stor gavn for nærdemokratiet
- \* værdsætter kvaliteten, især af journalistikken – andre værdsætter også kvalitet af layout og annoncer
- \* læser hele avisen – nogle kun det meste
- \* mange beholder avisen, indtil den næste avis er i postkassen

Lokal information og nærdemokrati

Skatteministeren fremfører:

- 1) At ugeaviserne når ud til mange danskere for hvem ugeaviserne er en vigtig kilde til lokal information og nærdemokrati. Fritagelsen tjener således et formål, som kan begrunde en undtagelse i forhold til lovens primære formål.

Læserne siger:

At Hjerting Posten er af uvurderlig betydning og en vigtig lokal informationsformidler, der understøtter det lokale nærdemokrati og kulturliv.  
F.eks. fordi Hjerting Posten bringer artikler både om lokale tiltag og konsekvenser af politiske beslutninger.

Objektive kriterier

Skatteministeren fremfører:

- 2) Frekvenskravet er et af de foreslåede objektive kriterier, der skal afgrænse ugeaviser i forhold til reklamer.

Jeg ser ikke noget som helst objektivt i det. For hvis "ugeavisen" lever op til pkt. 2-8 under § 2, stk. 2, ER DET EN AVIS OG IKKE EN REKLAME.

Afgiftsomgåelse

Skatteministeren fremfører:

- 3) Fjernelse af frekvenskravet vil give anledning til afgiftsomgåelse og vil afvige fra kriterierne i Kulturministeriets Ugeavispulje, som frekvenskravet lægger sig op ad.

Jeg undrer mig over, om der overhovedet er nogen reklamer, der lever op til pkt. 2-8 under §2, stk. 2 – så de får anledning til afgiftsomgåelse.  
Og jeg undrer mig over, hvorfor Kulturministeriets Ugeavispulje overhovedet skal drages ind i en reklameafgiftslov.