



SKATTEMINISTERIET

J.nr. 12-0212714

Dato: 1. november 2012

Til

Folketinget - Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 14 af 10. oktober 2012  
(Alm. del).

Holger K. Nielsen

/Lene Henningsen

**Spørgsmål:** I forlængelse af ministerens besvarelse af 9. oktober 2012 af alm. del – spørgsmål 3, bedes ministeren oplyse, hvor mange månedsaviser der findes - og hvis muligt specificeret på antal månedsaviser, som i deres indhold i det væsentligste svarer til ugeaviserne som lokal nyhedsformidling, bortset fra at de i stedet udkommer månedligt.

**Svar:** Skatteministeriet har ikke kendskab til, at månedsaviserne er tilmeldt en brancheorganisation eller lignende, hvorfor det ikke har været muligt at få oplysninger om antallet.

Baggrunden for forslaget om at fritage ugeaviserne for reklameafgift, uanset at disse også indeholder reklamer, er, at ugeaviserne når ud til mange danskere, for hvem ugeavisen er en vigtig kilde til lokal information og nærdemokrati. Ugeaviserne spiller en vigtig rolle i læsernes dialog med de lokale politikere, og ugeaviserne er samtidig et sted, hvor borgerne kan søge information om byplanlægning, vandforsyning, miljømæssige tiltag med videre. Ugeaviserne opfylder for mange mennesker et behov for nyheds- og informationsformidling.

I forhold til afgrænsningen af fritagelsen for ugeaviser er det vigtigt at holde sig for øje, at fritagelsen tjener et formål, som kan begrunde en undtagelse i forhold til lovens primære formål, som i dette tilfælde er at nedbringe affaldsmængderne til gavn for miljøet.

Afgrænsningen af en fritagelse i en afgiftslov skal ske ved klare objektive kriterier, der tilgodeser formålet med undtagelsen. Derfor er det ikke muligt direkte at anvende retningslinjerne fra "Nej tak"-ordningerne, da "Nej tak"-ordningerne indeholder elementer af skøn. Der er i stedet brug for objektive kriterier, som på en fornuftig måde kan afgrænse afgiftsfritagne ugeaviser i forhold til afgiftspligtige reklamer.

Ugeavisernes berettigelse som bidragsyder til blandt andet nærdemokratiet kræver efter min opfattelse udover de øvrige kriterier for afgiftsfritagelse, at den pågældende ugeavis har en vis udgivelsesfrekvens.

Afslutningsvis skal jeg gøre opmærksom på, at jeg forslår, at kriterierne for fritagelsen skærpes yderligere for at sikre formålet med undtagelsen, således at en ugeavis for at kunne være fritaget, også skal være omfattet af medicansvarsloven, herunder bestemmelserne om at have en ansvarshavende redaktør.

Frekvenskriteriet kan ikke – og står ikke – alene i forhold til en begunstigende stilling, som en afgiftsfritagelse må siges at være.



# SKATTEMINISTERIET

J.nr. 12-0212212

Dato: 9. oktober 2012

Til

Folketingets Lovsekretariat

Hermed sendes svar på spørgsmål S 91 af 2. oktober 2012 indleveret af  
Jan E. Jørgensen (V).

Thor Möger Pedersen

/Lene Henningsen

**Spørgsmål:** Er ministeren enig i, at omkostninger til markedsføring kan stige for især mindre lokale virksomheder, hvis ugeaviserne pålægges skærpede krav til mængden af det redaktionelle indhold, jf. forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer, da ugeaviserne er nødsaget til at øge deres annoncepriser for at opretholde et uændret indtægtsniveau?

**Svar:** Et udkast til forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer har netop været i ekstern høring, og Skatteministeriet er ved at gennemgå høringssvarerne. Lovforslaget forventes fremsat i slutningen af oktober 2012.

Det er korrekt, at ugeaviserne i udkast til lovforslag foreslås fritaget for afgift. Det er dog en forudsætning for fritagelsen, at en ugeavis opfylder visse krav – herunder et krav om minimum 25 procent redaktionelt indhold. Oplysninger fra Danske Medier viser, at ugeaviser i dag har et gennemsnitligt redaktionelt indhold på mere end 25 pct.

Begrundelsen for den foreslåede fritagelse for ugeaviserne er, at disse produkter opfylder et behov i det enkelte lokalsamfund, hvor de blandt andet varetager lokal nyhedsformidling. Dette er vigtigt, da ugeaviserne derved bidrager til den demokratiske og kulturelle debat og fremmer det generelle oplysningsniveau. Det er derfor et krav, at produkterne har et vist redaktionelt indhold, således at produkterne adskiller sig fra en almindelig husstandsomdelt reklame.

Det er vanskeligt at forudsige, hvordan afgiften på husstandsomdelte reklamer vil påvirke prisen på annoncer i ugeaviserne. På den ene side vil der sandsynligvis komme en øget efterspørgsel efter annoncer, da ugeaviserne kan være et alternativ til husstandsomdelte reklamer. Det kan betyde en prisstigning på annoncer i ugeaviserne. På den anden side kan en afgiftsfri ugeavis øge mængden af reklamer, så længe den stadig opfylder kriterierne for redaktionelt indhold, hvilket kan betyde, at annoncepriserne kan falde.

Jeg ser det ikke som en mulighed at lempe kravene til det redaktionelle indhold, da det er vigtigt, at ugeaviserne fortsat har et vist redaktionelt indhold – ellers er der jo ingen begrundelse for at fritage ugeaviserne for afgift.



# SKATTEMINISTERIET

J.nr. 12-0212212

Dato: 9. oktober 2012

Til

Folketingets Lovsekretariat

Hermed sendes svar på spørgsmål S 92 af 2. oktober 2012 indleveret af  
Jan E. Jørgensen (V).

Thor Möger Pedersen

/Lene Henningsen

**Spørgsmål:** Vil ministeren redegøre for, hvorfor valgmateriale fra politiske partier er undtaget fra afgift, jf. forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer, når regeringen i øvrigt er tilhænger af afgifter på husstandsomdelte reklamer?

**Svar:** Et udkast til forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer har netop været i ekstern høring, og Skatteministeriet er ved at gennemgå høringssvarerne. Lovforslaget forventes fremsat i slutningen af oktober 2012.

Det er korrekt, at politisk materiale i udkastet til lovforslag foreslås fritaget for afgift.

I udkast til lovforslag defineres en husstandsomdelte reklamer som forsendelser, der bl.a. har karakter af erhvervsmæssigt aktivitet. Materiale for politiske partier har ikke karakter af erhvervsmæssig karakter og er derfor efter forslaget fritaget for afgift.