



Til lovforslag nr. L 50

Folketinget 2012-13

Betænkning afgivet af Skatteudvalget den 0. december 2012

3. udkast

(Tilbagetagelse af skatteministeren ændringsforslag nr. 6 i 2. betænkningsudkast, ændringsforslag fra V og konsekvensændringsforslag fra DF)

Betænkning

over

Forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven)

[af skatteministeren (Holger K. Nielsen)]

1. Ændringsforslag

Der er stillet 9 ændringsforslag til lovforslaget. Skatteministeren har stillet ændringsforslag nr. 2, 6 og 8. Ændringsforslag nr. 1, 3 og 5 er stillet af Venstres medlemmer af udvalget. Ændringsforslag nr. 4, 7 og 9 er stillet af Dansk Folkepartis medlemmer af udvalget.

2. Udvalgsarbejdet

Lovforslaget blev fremsat den 1. november 2012 og var til 1. behandling den 13. november 2012. Lovforslaget blev efter 1. behandling henvist til behandling i Skatteudvalget.

Møder

Udvalget har behandlet lovforslaget i <> møder.

Høring

Et udkast til lovforslaget har inden fremsættelsen været sendt i høring, og Skatteministeriet sendte den 29. august 2012 dette udkast til udvalget, jf. SAU alm. del – bilag 346 (2011-12). Den 1. november 2012 sendte skatteministeren de indkomne høringssvar og et notat herom til udvalget.

Skriftlige henvendelser

Udvalget har i forbindelse med udvalgsarbejdet modtaget skriftlige henvendelser fra:

Avisen 2770,
Bladkompagniet,
Coop Danmark og Irma A/S,
Danmarks Teaterforeninger,
Dansk Erhverv,
Danske Medier,

DRRB - Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening,
FK Distribution A/S,
Grafisk Arbejdsgiverforening,
Hjerting Posten,
Idényt a-s,
Kaliber Reklamebureau as,
KOM-PLET A.m.b.a.,
Limfjordsnyt,
WWF Verdensnaturfonden og
Ørestad Avis.

[Skatteministeren har over for udvalget kommenteret de skriftlige henvendelser.]

Samråd

Udvalget har stillet 4 samrådsspørgsmål, jf. L 50 - samrådsspørgsmål A-D, til skatteministeren til mundtlig besvarelse som blev besvaret i et åbent samråd med udvalget den 29. november 2012. Ministeren har efterfølgende sendt udvalget det talepapir, som lå til grund for besvarelsen af spørgsmålene.

Deputationer

Endvidere har følgende mundtligt over for udvalget redegjort for deres holdning til lovforslaget:

Bladkompagniet,
Coop Danmark og Irma A/S,
Dansk Erhverv og De Samvirkende Købmænd,
Danske Medier,
DRRB - Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening,
FK Distribution A/S,

Hjerting Posten,
Hus & Have avisen,
Idényt a-s,
Kaliber Reklamebureau as og
KOM-PLET A.m.b.a.

Til § 3

5) I *stk. 2* indsættes efter »(2012/481/EU),«: »miljømærket Svanen til tryksager eller FSC-mærket,«
[Afgiftslempelse for tryksager mærket med miljømærket Svanen eller FSC-mærket]

Spørgsmål

Udvalget har stillet 125 spørgsmål til skatteministeren til skriftlig besvarelse, [som denne har besvaret.]

Af *skatteministeren*, tiltrådt af <>:

Til § 5

3. Indstillinger [og politiske bemærkninger]

<>

Inuit Ataqatigiit, Siumut, Sambandsflokkurin og Javnaðarflokkurin var på tidspunktet for betænkningens afgivelse ikke repræsenteret med medlemmer i udvalget og havde dermed ikke adgang til at komme med indstillinger eller politiske udtalelser i betænkningen.

En oversigt over Folketingets sammensætning er optrykt i betænkningen. Der gøres opmærksom på, at et flertal eller et mindretal i udvalget ikke altid vil afspejle et flertal/mindretal ved afstemning i Folketingssalen.

6) I *stk. 2* udgår »alene«.
[Præcisering]

Af *et mindretal (DF)*, tiltrådt af <>:

Til § 7

7) Som *stk. 4* indsættes:
»*Stk. 4.* I afgiftsgrundlaget kan fradrages tab på afgiften, som vedrører uerholdige fordringer på omdeling af afgiftspligtige reklamer. Såfremt fordringerne senere betales helt eller delvis, skal modtagne beløb medregnes i afgiftsgrundlaget.«
[Fradrag for manglende betaling af afgift fra ordregiver til ordreholder, i tilfældet hvor betalingen er uerholdig]

Af *skatteministeren*, tiltrådt af <>:

Til § 12

Af *et mindretal (V)*, tiltrådt af <>:

1) I *stk. 1, nr. 1*, udgår: », og alene forsendelser, hvor der ikke er forhandlet individuelle vilkår«
[Afgiftsfritagelse for direct mails, hvor der er forhandlet individuelle vilkår]

8) I *1. pkt.* ændres »stk. 8« til: »stk. 7«.
[Rettelse af henvisning]

Af *et mindretal (DF)*, tiltrådt af <>:

Til § 16

Af *skatteministeren*, tiltrådt af <>:

2) I *stk. 1, nr. 3*, ændres »om foreninger« til: »i foreninger«.
[Præcisering]

9) I *stk. 1* udgår *3. og 4. pkt.*
[Konsekvensændring]

Af *et mindretal (V)*, tiltrådt af <>:

B e m æ r k n i n g e r

3) I *stk. 1* efter nr. 5 indsættes som nyt nummer:
»6) Tryksager fra kulturinstitutioner, der modtager offentlig støtte i ikke uvæsentligt omfang.«
[Afgiftsfritagelse for tryksager fra kulturinstitutioner, som modtager offentlig støtte]

Til nr. 1

Ved den foreslåede ændring fjernes kravet om, at der alene er afgiftsfritagelse for direct mails, når der ikke er forhandlet individuelle vilkår.

Ændringsforslaget har til formål at fjerne den de facto forskelsbehandling til fordel for Post Danmark, som er en konsekvens af lovforslaget, idet Post Danmark er den eneste distributør, der i praksis tilbyder at distribuere reklametryksager landsdækkende som direct mail, og som derfor er den eneste, der har mulighed for at anvende listepreiser.

Af *et mindretal (DF)*, tiltrådt af <>:

4) *Stk. 2, nr. 1*, udgår
Nr. 2-8 bliver herefter nr. 1-7.
[Fjernelse af frekvenskravet for afgiftsfritagelsen for ugeaviser]

Ændringsforslaget har endvidere til formål at fjerne den uhensigtsmæssige konsekvens af lovforslaget, at priskonkurrencen inden for direct mail begrænses, idet afvigelser fra listepreiser giver mulighed for en mere effektiv konkurrence, hvorfor det ikke bør være forbundet med en økonomisk for-

Af *et mindretal (V)*, tiltrådt af <>:

del for en distributør i afgiftsmæssig henseende, at distributøren anvender listepreiser og ikke yder rabat.

Til nr. 2 og 6

Der er tale om præciseringer af den foreslåede lovtekst.

Til nr. 3

Ved den foreslåede ændring fritages reklamer fra kulturinstitutioner, der modtager offentlig støtte, for afgiften på husstandsomdelte reklame, hvis størrelsen af offentlig støtte er af ikke uvæsentligt omfang.

Kulturelle institutioner, der modtager offentlig støtte, adskiller sig ikke i relation til begrundelserne for fritagelsen for reklameafgift fra politiske partier, kirkelige foreninger og foreninger under folkeoplysningsloven som eksempelvis aftenskoler. Der er således ingen saglig begrundelse for negativ forskelsbehandling af de kulturelle institutioner.

Til nr. 4 og 9

Det foreslås, at frekvenskravet i afgiftsfritagelsen for ugeaviser udgår. Herved tilgodeses et ønske om, at afgiftsfritagelsen for ugeaviser også vil gælde for produkter, som udkommer f.eks. 10 gange om året.

Til nr. 5

Ved den foreslåede ændring lempes tryksager for afgift, hvis tryksagerne er mærket med enten Svanen til tryksager eller med FSC-mærket.

Svanen er det nordiske miljømærke. Det blev etableret af Nordisk Ministerråd i 1989, og Danmark tilsluttede sig i

1997. Svanen anvendes i alle nordiske lande, dvs. Danmark, Norge, Sverige, Finland og Island.

FSC står for Forest Stewardship Council. Bag FSC-certificerede produkter ligger et system, der kontrollerer træets oprindelse. Dette system sikrer, at træ fra FSC-certificerede skove kan spores hele vejen frem til forbrugeren.

Svanemærket og FSC mærket har en langt større udbredelse end det europæiske miljømærke, hvorfor en omlægning til mindre miljøbelastende tryksager vil kunne ske med det samme.

Til nr. 7

Afgiften på husstandsomdelte reklamer opkræves hos distributørerne, som må forventes at overvælte afgiften på ordregiveren, på hvis vegne en afgiftspligtig reklameomdeles.

Den foreslåede ændring giver den afgiftspligtige distributør mulighed for at fratække manglende afgiftsbetaling fra ordregiveren i den situation, hvor ordregiveren ikke kan betale. Det er en betingelse for at foretage regulering af momsgrundlaget i forbindelse med tab på debitorer, at tabet er konstateret. Såfremt der alligevel senere sker betaling, skal modtagne beløb medregnes i afgiftsgrundlaget til dækning af afgiftsbetalingen.

Til nr. 8

Der er tale om rettelse af henvisninger.

Ane Halsboe-Larsen (S) Benny Engelbrecht (S) Jacob Bjerregaard (S) John Dyrby Paulsen (S)

Pernille Rosenkrantz-Theil (S) Simon Kollerup (S) Thomas Jensen (S) Nadeem Farooq (RV) Rasmus Helveg Petersen (RV)

Camilla Hersom (RV) Jesper Petersen (SF) Jonas Dahl (SF) Frank Aaen (EL) Stine Brix (EL) Jørgen Arbo-Bæhr (EL)

Hans Andersen (V) Gitte Lillelund Bech (V) fmd. Martin Geertsen (V) Kristian Pihl Lorentzen (V) Jan E. Jørgensen (V)

Torsten Schack Pedersen (V) Troels Lund Poulsen (V) Mads Rørvig (V) Dennis Flydtkjær (DF) Mikkel Dencker (DF)

Hans Kristian Skibby (DF) Karina Adsbøl (DF) Ole Birk Olesen (LA) nfmd. Brian Mikkelsen (KF)

Inuit Ataqatigiit, Siumut, Sambandsflokkurin og Javnaðarflokkurin havde ikke medlemmer i udvalget.

Venstre, Danmarks Liberale Parti (V)	47	Liberal Alliance (LA)	9
Socialdemokratiet (S)	44	Det Konservative Folkeparti (KF)	8
Dansk Folkeparti (DF)	22	Inuit Ataqatigiit (IA)	1
Radikale Venstre (RV)	17	Siumut (SIU)	1
Socialistisk Folkeparti (SF)	16	Sambandsflokkurin (SP)	1
Enhedslisten (EL)	12	Javnaðarflokkurin (JF)	1

Oversigt over bilag vedrørende L 50

Bilagsnr.	Titel
1	Høringsskema og høringssvar, fra skatteministeren
2	Henvendelse af 2/11-12 fra Limfjordsnyt
3	Henvendelse af 7/11-12 fra Grafisk Arbejdsgiverforening
4	Kopi af henvendelse til Kulturudvalget af 22/10-12 fra Danmarks Teaterforeninger vedr. forslag til Lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven)
5	Svar på udvalgsspørgsmål på alm. del og § 20-spørgsmål stillet inden lovforslagets fremsættelse
6	Henvendelse af 9/11-12 fra DRRB - Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening
7	Udkast til tidsplan for udvalgets behandling af lovforslaget
8	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 2/11-12 fra Limfjordsnyt
9	Henvendelse af 14/11-12 fra Limfjordsnyt
10	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 2/11-12 fra DRRB - Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening
11	Fastsat tidsplan for udvalgets behandling af lovforslaget
12	Henvendelse af 15/11-12 fra Danske Medier
13	Materiale udleveret under foretræde for Skatteudvalget den 15. november 2012 fra DRRB - Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening
14	Henvendelse af 13/11-12 fra Kaliber Reklamebureau as
15	Henvendelse af 16/11-12 fra Idényt A-S
16	Henvendelse af 16/11-12 fra FK Distribution A/S
17	Henvendelse af 19/11-12 fra KOM-PLET A.m.b.a
18	Henvendelse af 19/11-12 fra Hjerting Posten
19	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 8/11-12 fra Danske Teaterforening
20	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 7/11-12 fra Grafisk Arbejdsgiverforening
21	1. udkast til betænkning
22	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 19/11-12 fra Hjerting Posten
23	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 13/11-12 fra Kaliber Reklamebureau as
24	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 16/11-12 fra Idényt A-S
25	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 15/11-12 fra Danske Medier
26	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 16/11-12 fra FK Distribution A/S
27	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 19/11-12 fra KOM-PLET A.m.b.a.
28	Henvendelse af 20/11-12 fra FK Distribution A/S

Bilagsnr.	Titel
29	Præsentationsmateriale udleveret under foretræde for Skatteudvalget den 21/11-12 fra Dansk Erhverv
30	Henvendelse af 21/11-12 fra Kaliber Reklamebureau as
31	Henvendelse af 21/11-12 fra Hjerting Posten
32	Henvendelse af 21/11-12 fra Hjerting Posten, underskrifter udleveret under foretræde for udvalget, jf. L 50 - bilag 31
33	Kopi af henvendelse fra Forest Stewardship Council (FSC Danmark) af 8/11-12 og skatteministerens kommentar hertil
34	Henvendelse af 23/11-12 fra A/S Bladkompagniet
35	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 23/11-12 fra Bladkompagniet
36	Skatteministerens kommentar til henvendelserne af 21/11-12 fra Hjerting Posten
37	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 21/11-12 fra FK Distribution A/S
38	Skatteministerens kommentar til præsentationsmaterialet udleveret under foretræde for Skatteudvalget den 21/11-12 fra Dansk Erhverv
39	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 21/11-12 fra Kaliber Reklamebureau as
40	Kopi af henvendelser af 16. og 22. november 2012 fra Limfjordsnyt og skatteministerens kommentar hertil
41	Skatteministerens kommentar til henvendelsen af 14/11-12 fra Limfjordsnyt
42	Skatteministerens kommentar til materialet udleveret under foretræde for Skatteudvalget den 15. november 2012 fra DRRB - Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening
43	Ændringsforslag, fra skatteministeren
44	Henvendelse af 28/11-12 fra Coop Danmark og Irma A/S
45	Henvendelse af 29/11-12 fra Ørestad Avis
46	Henvendelse af 29/11-12 fra Limfjordsnyt
47	Henvendelse af 29/11-12 fra Limfjordsnyt
48	Skatteministerens kommentar til henvendelse af 29/11-12 fra Limfjordsnyt
49	Skatteministerens kommentar til henvendelse af 29/11-12 fra Limfjordsnyt
50	Skatteministerens kommentar til henvendelse af 29/11-12 fra Ørestad Avis
51	Skatteministerens kommentar til henvendelse af 28/11-12 fra Coop Danmark og Irma A/S
52	2. udkast til betænkning
53	Henvendelse af 1/12-12 fra Limfjordsnyt
54	Henvendelse af 3/12-12 fra WWF Verdensnaturfonden
55	Tilbagetaget ændringsforslag nr. 4, fra skatteministeren
56	Henvendelse af 4/12-12 fra Avisen 2770

Oversigt over spørgsmål og svar vedrørende L 50

Spm.nr.	Titel
1	Spm. om at redegøre for, hvilke konsekvenser lovforslaget vil have på forbrugerpriserne, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
2	Spm. om, i hvilken grad ministeren forventer en stigning i antallet af reklameannoncer, som bliver omdelt i omslag af Post Danmark og derved er undtaget for reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
3	Spm. om, hvor store administrative og økonomiske konsekvenser reklameafgiftsloven forventes at få for danske distributører, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
4	Spm. om at oplyse fordelingen mellem redaktionelt stof og annoncer for et repræsentativt udsnit af ugeaviserne, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
5	Spm. om, hvilke økonomiske konsekvenser ministeren forventer, at lovforslaget får for de ugeaviser, der ikke længere kan opretholde en uændret fordeling mellem redaktionelt stof og annoncer uden at blive pålagt afgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
6	Spm. om at redegøre for, hvilke ugeaviser, der i gennemsnit har over 25 pct. redaktionelt stof, samt hvilke ugeaviser, der i gennemsnit har under 25 pct. redaktionelt stof, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
7	Spm. om at oplyse det budgetterede årlige provenu, som husstandsomdelte ugeaviser skal bidrage med efter lovforslaget, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
8	Spm. om at redegøre for udenlandske erfaringer fra eksempelvis Sverige og Østrig med afgifter på detailhandelens reklameaviser, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
9	Spm. om at redegøre for detailhandelens kontaktpriiser ved de mest udbredte former for markedsføring, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
10	Spm. om, hvilke medier, der forventes at få øget tilgang af annoncer som følge af, at reklametryksagsmængden forventes reduceret med 25 pct., til skatteministeren, og ministerens svar herpå
11	Spm. om at redegøre for de beskæftigelsesmæssige konsekvenser af lovforslaget, jf. forventningen om at reklametryksagsmængden reduceres med 25 pct., til skatteministeren, og ministerens svar herpå
12	Spm. om, hvornår loven forventes at træde i kraft, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
13	Spm. om en trykt husstandsomdelt reklame fra et politisk parti belaster miljøet mindre end en tilsvarende reklametryksag, der har erhvervsmæssig karakter, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
14	Spm. om et adresseret julekatalog forurener mindre end et ikke-adresseret julekatalog, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
15	Spm. om, hvorfor en månedsavis skal betale reklameafgift, hvorimod en avis, der udkommer fire gange om måneden og dermed forurener fire gange så meget, ikke pålægges afgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå

- 16 Spm. om, hvorfor tryksager med samme miljøbelastning behandles forskelligt, såfremt den ene tryksag husstandsomdeles, mens den anden kan afhentes i en butik, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 17 Spm., om man forventer, at reduktionen i husstandsomdelte reklamer vil føre til, at forbrugere i højere grad vil handle over internettet, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 18 Spm. om at redegøre for den miljømæssige begrundelse for at afgiftsfritage ikke-husstandsomdelte reklamer, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 19 Spm., om dele af produktionen af tryksager forventes at flytte til udlandet som følge af lovforslaget, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 20 Spm. om, hvor lang tid, der vil gå mellem lovens eventuelle godkendelse i EU og dens ikrafttræden, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 21 Spm. om at redegøre for danske distributørers forventede arbejdsmængde i forbindelse med opfyldelsen af bestemmelsen i lovforslagets § 2, stk. 3, om formkrav ved brug af sektioner, tillæg og indstik, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 22 Spm. om, hvorfor der i lovforslaget stilles krav om, at alle sektioner i en ugeavis skal være fremstillet af samme papirmateriale, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 23 Spm. om, hvilke foreninger, udover foreninger omfattet af folkeoplysningsloven, der ikke er omfattet af afgiftsplikten, jf. lovforslagets § 2, stk. 1, nr. 3, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 24 Spm. om, hvilke foreninger, der er omfattet af folkeoplysningsloven og som dermed er fritaget for afgift efter lovforslaget, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 25 Spm. om at redegøre for de økonomiske konsekvenser for den ugeavis, der hver anden uge indeholder mindre end 25 pct. redaktionelle artikler og hver anden uge indeholder mere end 25 pct. redaktionelle artikler, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 26 Spm. om at redegøre for de økonomiske konsekvenser for en ugeavis, der nødsages til at udvide sideantallet med 4 eller 8 sider for at undgå at blive ramt af reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 27 Spm. om, hvorvidt det vil være muligt for trykkerier, der ønsker at blive Blomstmærkede, at opnå en sådan godkendelse inden lovens ikrafttræden, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 28 Spm. om, hvor længe der har været vedtaget kriterier for Blomstmærkede tryksager, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 29 Spm. om, hvilke miljømæssige argumenter der er for, at afgiftsdifferentieringen alene gælder for reklametryksager, der er mærket med det europæiske miljømærke Blomsten og ikke det nordiske miljømærke Svanemærket, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 30 Spm. om, hvor store administrative byrder det vil medføre for de virksomheder, der i forvejen har Svanemærket deres tryksager, men nu

- også skal være Blomst-mærkede for at opnå afgiftsdifferentieringen, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 31 Spm. om at redegøre for begrundelsen for at pålægge en avis som Hus & Have avisen en reklameafgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 32 Spm., om lovforslaget ikke kan virke konkurrenceforvridende, når en avis som Hus & Have avisen pålægges afgift, mens ugeaviser ikke rammes, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 33 Spm. om, hvor mange aviser a la Hus & Have avisen, der rammes af den foreslåede reklameafgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 34 Spm. om at oplyse, om Skatteministeriet i lyset af DRRBs oplysninger fastholder, at lovforslaget ikke vil have økonomiske konsekvenser for erhvervslivet, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 35 Spm. om at redegøre for de beskæftigelsesmæssige konsekvenser for virksomheder, der producerer/distribuerer husstandsomdelte reklamer, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 36 Spm. om at oplyse den socioøkonomiske fordeling af det forventede tab af arbejdspladser, herunder fordelt på bl.a. avisomdelere og trykkeriarbejdere, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 37 Spm. om, hvorfor det er valgt at sætte kriteriet for afgiften på distributionsformen og ikke på papiret/tryksværten, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 38 Spm. om logikken i, at man efter de foreslåede regler kan stikke en reklametryksag ind i et dagblad og få den omdelt via dagbladet, uden at der skal betales afgift af den, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 39 Spm. om, hvorfor en fjernelse af frekvenskravet vil give anledning til afgiftsomgåelse, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 40 Spm., om de konkurrence - og forbrugerprismæssige konsekvenser af lovforslaget, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 41 Spm. om, andre EU lande har erfaringer med en reklameafgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 42 Spm. om, hvilke konsekvenser det vil have for trykkerier og virksomheders brug af Svanemærket og FSC-mærket, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 43 Spm. om, hvad vil de provenumæssige konsekvenser være for det offentlige, hvis også aviser og magasiner med minimum 25 pct. redaktionelt indhold, men med en lavere udgivelsesfrekvens end hver 14. dag, fritages for afgiftspligten, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 44 Spm. om, Kommissionens behandling af lovforslaget efter statsstøttebestemmelserne, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 45 Spm. om, hvilket grundlag har Skatteministeriet for at afvise hørings svarene fra dagligvarehandelen, herunder bl.a. COOP Danmark og De Samvirkende Købmænd (DSK), som påpeger at afgiften vil medføre større omkostninger og højere forbrugerpriser på dagligvarer, til skatteministeren, og ministerens svar herpå

- 46 Spm. om ministeren kan redegøre nærmere for påstanden i hørings-
skemaet om, at »gennemsigtigheden forbliver uændret eller måske
endda øges« som følge af færre omdelte reklamer, til skatteministeren,
og ministerens svar herpå
- 47 Spm. om ministeren kan redegøre for konsekvenserne af lovforslaget
for hhv. små, mellemstore og store virksomheder, til skatteministeren,
og ministerens svar herpå
- 48 Spørgsmål om ministeren vil redegøre for de beskæftigelsesmæssige
konsekvenser af lovforslaget isoleret set (frem for de beskæftigelses-
mæssige konsekvenser af finansloven samlet som anført i hørings-
skemaet), til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 49 Spm. om, hvorfor de høringsberettigede organisationers ønske om en
revisionsklausul afvises, til skatteministeren, og ministerens svar her-
på
- 50 Spm. om, ministeren kan uddybe kommentaren på side 23 i hørings-
skemaet, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 51 Spm. om ministeren kan afvise, at en afgift på husstandsomdelte re-
klamer vil presse Post Danmark økonomisk, til skatteministeren, og
ministerens svar herpå
- 52 Spm. om ministeren kan garantere, at miljømærket Blomsten kan an-
vendes fra 1/1-14, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 53 Spm. om reklameafgiftsloven er forenelig med EU's statsstøtteregler
og principper for det indre marked, til skatteministeren, og ministerens
svar herpå
- 54 Spm. om, hvor mange virksomheder, forventer ministeren, må lukke
på grund af reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar
herpå
- 55 Spm. om, hvor langt indfasningen af Blomst-mærket er, herunder
hvornår Blomst-mærket forventes fuldt indfaset, til skatteministeren,
og ministerens svar herpå
- 56 Spm. om at bekræfte, at elementer af loven først træder i kraft, når
Blomst-mærket er klar, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 57 Spm. om at oplyse, om der på noget tidspunkt vil blive pålagt fuld af-
gift, inden Blomst-mærket er klar, til skatteministeren, og ministerens
svar herpå
- 58 Spm. om at indhente SKATs vurdering af, om udgivelsen ”Kultur i
Viborg” vil være afgiftspligtig, til skatteministeren, og ministerens
svar herpå
- 59 Spm. om, af egen drift, at indhente svarbidrag fra SKAT, således at
tilsvarende udvalgsspørgsmål kan besvares fyldestgørende, til skatte-
ministeren, og ministerens svar herpå
- 60 Spm. om, hvordan kommunalt og regionalt informationsmateriale, der
ikke er omfattet af afgiftspligten, defineres, til skatteministeren, og
ministerens svar herpå
- 61 Spm. om, hvilke publikationer fra koncert-/spillesteder og kulturhuse,
der er omfattet af afgiftspligten, til skatteministeren, og ministerens
svar herpå

- 62 Spm. om Skatteministeriet vil revurdere sin opfattelse af, at lovforslaget ikke vil have betydning for antallet af arbejdspladser, jf. tilkendegivelser fra flere virksomheder i branchen der siger, at lovforslaget vil have negative konsekvenser for antallet af arbejdspladser, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 63 Spm. om at forholde sig til branchens vurdering af, at det vil være problemfrit, hvis månedsaviser også afgiftsfritages, så længe de lever op til de øvrige kriterier, herunder om redaktionelt indhold, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 64 Spm. om at redegøre nærmere for, om ikke en sandsynlig konsekvens af lovforslaget er, at der produceres færre sider, hvilket vil medføre, at de mindst sælgende varer udgår, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 65 Spm. om, hvorvidt en afgrænsning af de afgiftsfritagne publikationer, der tager udgangspunkt i »Nej tak - ordningen« kombineret med et krav om mindst 25 pct.s redaktionelt indhold ikke stadig ville være baseret på objektive kriterier, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 66 Spm. om, hvor meget ministeren forventer, at forbrugerpriserne stiger, hvis lovforslaget bliver vedtaget, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 67 Spm. om, hvilke overvejelser der lå bag, at man i forbindelse med pinsepakken i 1999 valgte at droppe en reklameafgift, da den angiveligt var i strid med grundloven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 68 Spm. om, hvorfor Sverige valgte at afskaffe den reklameafgift, de havde indført, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 69 Spm., om det er konkurrenceforvridende, at man med en reklameafgift går efter enkelte medier, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 70 Spm. om, hvordan arbejdsudbuddet påvirkes af lovforslaget i antal personer, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 71 Spm. om, hvorfor man i afgrænsningen af reklameafgiften ikke har brugt samme kriterier som gælder for »Nej tak«- ordningen, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 72 Spm., om reklameafgiften er en afgift på information og viden, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 73 Spm., om lovforslagets krav om antallet af udgivelser har en negativ miljøeffekt, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 74 Spm. om, hvorfor der skal være et frekvenskrav i loven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 75 Spm., om teknisk bistand til at udarbejde et ændringsforslag, som fjerner frekvenskravet i loven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 76 Spm., om reklameafgiften rammer hårdere i udkantsområderne, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 77 Spm., om det vil skabe øget grænsehandel, at der kommer en reklameafgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå

- 78 Spm. om, hvor store andele af reklamerne i antal kg ministeren forventer flytter over i ugeaviserne eller dagblade, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 79 Spm., om der gives incitament til at trykke sine reklamer i ugeaviser og dagblade, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 80 Spm., om konkurrenceforvriddning, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 81 Spm., om miljømæssige konsekvenser af loven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 82 Spm. om, hvordan der er forbedret miljøeffekt af, at en reklame, der ellers bliver pålagt afgift, bliver undtaget for afgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 83 Spm., om konkurrenceforvriddning, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 84 Spm., om den provenumæssige konsekvens, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 85 Spm., om at yde teknisk bistand til at udarbejde et ændringsforslag, som holder distributørerne skadesløse for tab, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 86 Spm. om at redegøre for, om Radikale Venstres ordfører Nadeem Farooq har ret i, at reklameafgiften vil have nogle effekter på markedet og beskæftigelsen, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 87 Spm. om at redegøre for, om Socialdemokraternes ordfører Thomas Jensen har ret i, at reklameafgiften isoleret set har negative konsekvenser for arbejdspladserne, jf. 1. behandlingen, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 88 Spm. om at redegøre for, om det er en tilsigtet konsekvens af lovforslaget, som SF's ordfører Jesper Petersen sagde under 1. behandlingen, at detailhandelen skal koncentrere sig om at markedsføre færre varer i tilbudsaviserne, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 89 Spm., om der er retlige hindringer - herunder i forhold til EU-retten - for at undtage aviser med en lavere udgivelsesfrekvens, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 90 Spm. om at oplyse, om der er butikskæder, der i dag ikke benytter internettet til markedsføring og som forventes at ville begynde på det som følge af indførelse af reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 91 Spm. om, hvorfor det står i bemærkningerne til lovforslaget, at : »En lavere gennemsnitlighed vil kunne medføre højere forbrugerpriser.«, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 92 Spm. om, hvorledes det vil medvirke til en reduktion af papiraffald, at aviser med ensartet redaktionelt indhold, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 93 Spm. om Svanemærkede reklametryksager udgør en større eller mindre miljøbelastning end Blomst-mærkede reklametryksager, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 94 Spm. om, hvilke konsekvenser det vil få for markedsføringen af miljømærker i Danmark, at Dansk Standard skal bruge ressourcer på at be-

- handle ansøgninger om Blomst-mærkede tryksager, til skatteminister-
ren, og ministerens svar herpå
- 95 Spm. om, det er tilsigtet, at husstandsomdelt markedsføring af identi-
ske sportslige arrangementer behandles forskelligt i forhold til rekla-
meafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 96 Spm. om, det er tilsigtet, at husstandsomdelt markedsføring af identi-
ske kulturelle arrangementer behandles forskelligt i forhold til rekla-
meafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 97 Spm. om, på hvilket grundlag Skatteministeriet baserer sin vurdering
af, at reklameafgiften vil medføre færre tilbudsaviser, og hvor mange
dagligvarekæder har været inddraget i vurderingen, til skatteministe-
ren, og ministerens svar herpå
- 98 Spm. om at vurdere konsekvenserne for uge- og dagbladene, hvis dag-
ligvarebranchen skærer i antallet af annoncer, men opretholder annon-
ceringen i tilbudsaviserne, til skatteministeren, og ministerens svar
herpå
- 99 Spm. om, at en månedsavis kan være med til at fremme mediemang-
foldigheden, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 100 Spm. om at redegøre for ministeren holdning til baggrunden for for-
skelsbehandlingen mellem en virksomhed som Post Danmark og en
virksomhed som Bladkompagniet, til skatteministeren, og ministerens
svar herpå
- 101 Spm. om at kommentere det forhold, at dele af dagligvarebranchen til-
kendegiver, at man forventer at bibeholde omfanget af tilbudsaviser,
til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 102 Spm. om, hvordan ministeren vil udbedre, at lovforslaget reelt lægger
op til, at Post Danmark og private postdistributionsvirksomheder for-
skelsbehandles, da det er umuligt for alle andre virksomheder end Post
Danmark at indføre listepriser, til skatteministeren, og ministerens
svar herpå
- 103 Spm. om, hvordan ministeren vil forsvare, at Post Danmarks de facto
monopol på brevomdeling styrkes, hvis reklameafgiftsloven vedtages i
sin nuværende form, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 104 Spm. om, hvordan ministeren forholder sig til erhvervs- og vækstmi-
nisterens udtalelse om, at man skal bekæmpe monopoler og karteldan-
nelse i Danmark, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 105 Spm. om at redegøre for, hvorfor ministeren ikke forventer, at forbru-
gerpriserne vil stige trods tilkendegivelserne om det modsatte fra dag-
ligvarebranchen og de enslydende vurderinger i bemærkningerne til
lovforslaget, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 106 Spm. om ministeren kan redegøre for, om »tid« betyder 14 dage, en
måned, et kvartal, seks måneder eller længere, til skatteministeren, og
ministerens svar herpå
- 107 Spm. om ministeren vil forholde sig til Bladkompagniets vurdering af,
at indførelse af reklameafgiftsloven i dens nuværende form, til skatte-
ministeren, og ministerens svar herpå

- 108 Spm. om ministeren kan tilsende udvalget sit talepapir fra samrådet den 29/11-12 om samrådsspørgsmål A-D (Reklameafgiftsloven), til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 109 Spm. om teknisk bistand til at udarbejde et ændringsforslag, som afgiftsfritager tryksager fra kulturinstitutioner, der modtager offentlig støtte, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 110 Spørgsmål om teknisk bistand til at udarbejde et ændringsforslag, som sikrer, at tryksager, som er miljømærket med et af de to øvrige offentligt anerkendte miljømærker, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 111 Spm. om teknisk bistand til at udarbejde et ændringsforslag, som fjerner påbuddet om listepriiser for virksomheder, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 112 Spm. om en mulig konsekvens af reklameafgiften vil være, at der sker en forøgelse af reklamemængden i andre medier, herunder internet, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 113 Spm. om Post Danmark kan undgå at blive omfattet af reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 114 Spm. om oplysningerne i den rapport, som udvalget har modtaget fra Copenhagen Economics om erfaringerne med en reklameafgift i Øst-rig, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 115 Spm. om, at afgiften ikke konsekvent følger afgrænsningen efter Nej tak-ordningen, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 116 Spm. om hvilke foreninger, der er omfattet af loven og hvilke foreninger, der ikke er omfattet af loven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 117 Spm. om det er korrekt, at Skatteministeriet ikke ved, hvilke landsdækkende og lokale aviser, der vil blive ramt af reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 118 Spm. om en reduktion af virksomhedernes markedsføring vil have økonomiske konsekvenser for erhvervslivet i form af mindre omsætning, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 119 Spm. om reklameafgiften må forventes at have negative økonomiske konsekvenser for den del af erhvervslivet, der producerer eller distribuerer de husstandsomdelte reklamer, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 120 Spm. om, at afgiften vil få beskæftigelsesmæssige konsekvenser for disse brancher, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 121 Spm. om, hvorledes markedsføring af kulturelle institutioner så som teatre og spillesteder er omhandlet i Nej tak-ordningen, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 122 Spm. om en publikation som By og Kultur, vil skulle betale reklameafgift, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 123 Spm. om, at By og Kultur fra Frederiksberg Kommune omfattes af reklameafgiften, til skatteministeren, og ministerens svar herpå
- 124 Spm., om kommunerne vil blive DUT-kompenseret for de øgede udgifter, de pålægges som følge af reklameafgiftsloven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå

- 125 Spm. om de økonomiske konsekvenser for teatre, spillesteder m.v. af reklameafgiftsloven, til skatteministeren, og ministerens svar herpå

Oversigt over samrådsspørgsmål vedrørende L 50

Samråds- spm.nr.	Titel
A	Samrådssp. om ministeren kan redegøre for de konkurrencemæssige konsekvenser ved indførelse af afgifter på husstandsomdelte reklamer, til skatteministeren
B	Samrådssp. om ministeren forventer, at en afgift på husstandsomdelte reklamer vil få betydning for de erhverv, som producerer og distribuerer husstandsomdelte reklamer, til skatteministeren
C	Samrådssp. om ministeren, på baggrund af regeringens miljømæssige argumenter vil forklare logikken i, at en månedsavis skal betale afgift, mens en ugeavis er fritaget efter lovforslaget , til skatteministeren
D	Samrådssp. om, hvorfor finder ministeren det rimeligt, at bl.a. teatre og kulturhuse bliver ramt af afgiften på husstandsomdelte reklamer, til skatteministeren