



SKATTEMINISTERIET

J.nr. 12-0212891

Dato: 20. november 2012

Til

Folketinget - Skatteudvalget

L 50 - Forslag til lov om afgift på husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven).

Hermed sendes kommentar til henvendelse fra idényt (bilag 15).

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

I henvendelsen til Skatteudvalget bemærker idényt, at det er Danmarks mest læste magasin – både målt i antal læsere (1,5 mio.) og gennemsnitlig læsetid, er omfattet af medieansvarsloven og har en ansvarshavende redaktør. Det redaktionelle indhold består bl.a. artikler, som giver husejere råd, tips og inspiration til løbende at vedligeholde og forbedre husets værdi. idényt har følgende bemærkninger til lovforslaget:

1. Det fremgår af bemærkningerne til lovforslaget, at afgrænsningen af afgiftsgrundlaget tager udgangspunkt i ”Reklamer – Nej tak”. idényt anfører, at der dog reelt er en væsentlig forskel, da lovforslaget indeholder et krav om et redaktionelt indhold på mindst 25 pct., samt alene fritager ugeaviser for afgift og ikke publicistiske skrifter.

Dette er ikke hensigtsmæssigt, da det vil skabe to officielle ordninger samt medvirke til at udhule den velfungerende ”Reklamer – Nej tak”. idényt er ikke omfattet af ”Reklamer – Nej tak”, men vil ved den foreslåede udformning være omfattet af afgiftspligten.

2. idényt anfører endvidere, at den foreslåede afgrænsning er skjult statsstøtte, da der er tale om støtte til ugeaviserne.

3. Endelig anfører idényt, at udgivelsen – så vidt vides – vil være den eneste publikation, som ikke anses for at være en reklame efter ”Reklamer – ”Nej tak”, men som vil blive pålagt afgift. Dermed vil der være tale om en særlov, hvilket ikke er i overensstemmelse med Grundloven. Dette fremgår også af idényts høringssvar i forbindelse med eksternt høring af udkast til lovforslag, men er ikke kommenteret i det høringsskema, som er oversendt til Folketinget.

Kommentar:

Ad. 1. 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.

Se også besvarelsen af spørgsmål 15 om baggrunden for fritagelsen for ugeaviser.

Ad. 2. Loven skal godkendes af EU-Kommissionen, inden at loven kan sættes i kraft.

Ad. 3. Afgiftsgrundlaget efter lovforslaget er fastlagt ved generelle objektive kriterier, hvorefter en række af produkter omfattes af afgiftspligten.

Afgiftsfritagelserne er ligeledes afgrænset ved generelle objektive kriterier, hvor flere produkter ikke opfylder betingelserne, hvilket også fremgår af andre henvendelser til Skatteudvalget.

Der er således ikke tale om en særlov.