

  
**Skatteministeriet**

17. december 2014  
J.nr. 14-4996403

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 186 af 19. november 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



## Spørgsmål

Ministeren har ikke i sine svar på SAU (2013-14) alm. del, spørgsmål 855-857, redegjort for, hvorfor der efter reklameafgiftsloven opstilles et krav om minimum 25 pct. redaktionelt indhold, mens der efter mediestøtteloven stilles krav om 50 pct. redaktionelt indhold, eller hvorfor de to love i øvrigt anvender uens kriterier for, at ugeaviser kan modtage kultur støtte. Ministeren henviser til svar på spørgsmål SAU alm. del, spørgsmål 4 og 7. Ingen af disse svar forholder sig dog til, hvorfor der er fastsat to uens betingelser i de to love, som begge efter det oplyste forfølger det samme kulturformål. Der henvises til svar på SAU alm. del, spørgsmål 15, hvoraf det netop fremgår, at ugeaviser bidrager til den demokratiske og kulturelle debat og fremmer befolkningens generelle oplysningsniveau. Dette fremgår også af Kommissionens beslutning SA.35683 og af svaret på spørgsmål nr. S 1793 (2013-2014). I lyset heraf bedes ministeren redegøre for, hvorfor der i reklameafgiftsloven, der henhører under Skatteministeriets ressort, er indsat en bestemmelse, der har til formål at yde kultur støtte. Ministeren bedes desuden redegøre for, hvorfor reklameafgiftsloven og mediestøtteloven opstiller forskellige kriterier for, at ugeaviser kan modtage kultur støtte, når de to love efter det oplyste forfølger det samme formål.

## Svar

Det er ikke hensigten med lov om husstandsomdelte reklamer at yde kultur støtte. Som det også fremgår af Kommissionens afgørelse af 9. juli 2014 i statsstøttesagen, er støtten til ugeaviser begrundet i et ønske om fremme af udviklingen af visse erhvervsgrøner eller økonomiske regioner.

Grænsen på 25 pct. redaktionelt stof tager udgangspunkt i en undersøgelse fra Branche foreningen for Ugeaviserne om det gennemsnitlige redaktionelle indhold i medlemmernes ugeaviser.

Undersøgelsen viste, at samtlige ugeaviser, som indgav svar, i gennemsnit i 2010 havde et redaktionelt indhold på mere end 25 pct.

Hvis satsen var blevet fastsat til 50 pct. i lov om husstandsomdelte reklamer, ville der antageligt være langt færre ugeaviser, som kunne afgiftsfritages.