



Folketingets Kulturdvalg  
Christiansborg  
1240 København K

Kulturministeren

Kulturministeriet  
Nybrogade 2  
1203 København K

Tlf : 33 92 33 70  
Fax : 33 91 33 88  
E-mail : kum@kum.dk  
Web : www.kum.dk

29. juni 2011

Folketingets Kulturdvalg har den 9. juni 2011, efter ønske fra Mogens Jensen (S), stillet mig følgende spørgsmål, nr. 150 (alm. del), som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål:

Ministeren bedes kommentere Preben Sepstrups artikel "Debat: Den misforståede 0-moms" på Mediawatch.dk 7. juni 2011 og efter indhentet bidrag fra skatteministeren redegøre for, hvilket provenuetab staten har på 0-momsen for dagblade, og hvilken økonomisk værdi 0-momsen udgør for dagblade?

Svar:

Kulturministeriet har til brug for besvarelse af spørgsmålet indhentet en udtalelse fra Skatteministeriet, hvortil jeg henholder mig:

"Ifølge den danske momslov er aviser alene omfattet af 0-satsen. Værdien opgøres som det umiddelbare statslige provenutab som følge af 0-momssatsen. Opgørelsen forudsætter, at momsens overvæltet til de private forbrugere, som herved har den umiddelbare fordel af ordningen.

Til grund for beregning af denne værdi er fordelingen af dagbladenes indtægter fra henholdsvis annoncer og avissalg opgjort ud fra det seneste endelige nationalregnskab. Det samme er tilfældet med avanceprocenten og andel af forbrug til privat konsum. Tallet er opjusteret en anelse, fordi beregningsgrundlaget ikke fuldt ud dækker værdien af 0-moms.

På baggrund af denne statistik, som opgøres af Danmarks Statistik, er værdien af dagbladenes 0-moms opgjort til ca. 1 mia. kr. i 2010."

Preben Sepstrups artikel "Den misforståede 0-moms" rejser to overordnede spørgsmål, som jeg herefter vil kommentere: Værdifastsættelsen af 0-momsen samt udregningsgrundlaget for denne værdifastsættelse.

### Værdifastsættelsen

Værdien af dagbladenes 0-moms i 2009 er af Skatteministeriet oplyst til Mediestøtteudvalget at være 943,6 mio. kr. Tallet er beregnet på baggrund af momsgrundlaget (værdien af bladsalget), korrigeret for lønsumsafgiften på 2,5 % og opjusteret, fordi beregningsgrundlaget ikke fuldt ud dækker værdien af momsfrigørelsen. Tallet er dermed udtryk for den nuværende værdi, som ordningen har for dagbladene på baggrund af bladsalget på beregningstidspunktet. Opgørelsen tager dermed udgangspunkt i statens tab af provenu, hvilket også følger af Skatteministeriets bidrag ovenfor.

Et alternativ til Skatteministeriets opgørelsesmetode kunne være – som foreslået i artiklen – at opgøre værdien fra et modtagerperspektiv. For de enkelte dagblade kan der være en reel usikkerhed om den faktiske værdi af 0-momsordningen i et driftsøkonomisk perspektiv, da den vil afhænge af priselasticiteten for det enkelte dagblad og dette dagblads konkrete prisfastsættelsesadfærd ved en ændret ordning, herunder hvordan oplagsændringer vil påvirke salget af annoncer. Beregninger af den type, som foreslås i artiklen, viser, hvordan prisjusteringer påvirker dagbladssalget. Denne type beregninger angiver den relative værdi af 0-momsordningen på baggrund af en række forudsætninger, eksempelvis hvis dagbladene havde været pålagt fuld moms. Udregninger af denne type vil være behæftet med en vis usikkerhed.

Den metode til opgørelse af værdien af 0-momsordningen, der argumenteres for i artiklen, svarer til en udregning af den værdi, som ordningen ville have, hvis den var indrettet anderledes, eksempelvis med 5 % eller 25 % moms.

Opgørelsen i artiklen er dermed ikke udtryk for den nuværende værdi af ordningen udregnet med udgangspunkt i det eksisterende bladsalg, men værdien af ordningen vurderet ud fra en situation, hvor ordningen enten ikke eksisterer (25 % moms) eller er anderledes indrettet (eksempelvis 5 % moms).

Mediestøtteudvalget har imidlertid haft til opgave at estimere den nuværende værdi af 0-momsen, så beløbet kan indgå i den økonomiske ramme for udvalgets arbejde. Mediestøtteudvalget har gjort dette med udgangspunkt i de tal, der er oplyst af Skatteministeriet.

Mediestøtteudvalget har således taget udgangspunkt i den nuværende værdi af ordningen baseret på det eksisterende bladsalg og ikke i en værdi udregnet på baggrund af, hvad værdien ville være for modtagerne med en ordning, der enten ikke eksisterer eller er anderledes indrettet end på nuværende tidspunkt.

Mediestøtteudvalget har konsekvent anvendt statens tab af provenu som udgangspunkt for værdifastsættelse. Som nævnt anvendes denne opgørelsesmetode af Skatteministeriet, og den har været lagt til grund for Mediestøtteudredningen fra 2009.

### Udregningsgrundlaget af 0-momsen

I artiklen kritiseres ligeledes udregningsgrundlaget for fastsættelsen af værdien af 0-momsen for alene at inkludere en del af markedet for dagblade.

I den forbindelse skal det påpeges, at der i Mediestøtteudredningen fra 2009 anvendes tal fra Skatteministeriet til værdifastsættelse af 0-momsordningen og ikke – som anført i artiklen – tal fra Danske Dagblades Forening. I mediestøtteudredningen fremgår det således entydigt, at beløbet på 1,1 milliard i 2007 er fra Skatteministeriets momsopgørelse.

Per Stig Møller