

### Samrådsspørgsmål N

Ministrene bedes redegøre specifikt for, hvilke EU-retlige problemstillinger, der er forbundet med at lade månedsaviser som f.eks. Hjerding Posten være omfattet af fritagelsen for reklameafgift.

#### Svar:

Baggrunden for et frekvenskrav for fritagelse for ugeaviser i reklameafgiftsloven er beskrevet flere steder i forbindelse med udvalgsarbejdet, ligesom det udtrykkeligt er nævnt i reklameafgiftsloven, at loven skal godkendes efter EU's statsstøtteregler, inden loven kan sættes i kraft.

Det følger af EU-traktaten, at enhver form for statsstøtte er ulovlig. Kommissionen har dog mulighed for at lempe på denne bestemmelse, således at Kommissionen under visse nærmere omstændigheder og til visse nærmere formål alligevel kan godkende statsstøtte.

Det er regeringens opfattelse, at afgiften på husstandsomdelte reklamer kan indeholde elementer af statsstøtte. For at skabe juridisk sikkerhed om statsstøttespørgsmålet har regeringen besluttet at notificere reklameafgiftsloven overfor Kommissionen med henblik på en godkendelse af eventuelle statsstøtteelementer.

Afgiften kan først træde i kraft, når Kommissionens godkendelse foreligger.

Spørgsmålet om statsstøtte opstår, fordi der er nogle husstandsomdelte reklamer, herunder ugeaviser, som er fritaget, mens andre husstandsomdelte reklamer er afgiftspligtige.

Vi kommer ikke uden om, at uanset at en ugeavis indeholder 25 pct. redaktionelt indhold, så vil de sidste 75 pct. i høj grad bestå af annoncer med reklamemæssigt indhold.

På trods af at ugeaviserne indeholder reklamer og bidrager til affaldsmængderne, valgte regeringen alligevel at fritage ugeaviserne, da ugeaviserne bidrager til aktuel lokal nyhedsformidling og demokratisk debat på samme måde som de solgte aviser.

En fritagelse for afgiftspligt skal af såvel administrative årsager som af hensyn til en klar og entydig afgrænsning af afgiftsgrundlaget ske ved klare objektive kriterier. Et af kravene er, at en ugeavis skal udkomme et vist antal gange om året for at blive omfattet af afgiftsfritagelsen.

Ved alle sådanne objektive grænser vil der være noget, som falder indenfor, og andet som falder udenfor.

Regeringen er fuldt bevidst om, at det er reklamerne, der finansierer husstandsomdelingen af ugeaviserne, såvel som månedsaviserne. Dog sikrer frekvenskravet, som svarer til frekvenskravet i Kulturministeriets Ugeavispulje, at de afgiftsfritagne produkter

bidrager til nyhedsformidlingen med aktuelt nyhedsstof.

Ugeavispuljen er allerede godkendt efter EU's statsstøttebestemmelser. Som det fremgår af forarbejderne til ugeavispuljen, er formålet med frekvenskravet at sikre indholdsaktualitet og udgivelseshyppighed. Altså det samme formål som frekvenskravet i reklameafgiften søger at opnå.

Det giver derfor absolut mening at vælge et frekvenskrav, som er sammenfaldende med et frekvenskrav for godkendt statsstøtte for tilsvarende publikationer. Det skal dog bemærkes, at kravet om redaktionelt stof er noget højere efter ugeavispuljen end efter afgiftsloven, og at der også er andre krav efter ugeavispuljen.

Det er på nuværende tidspunkt uvist, i hvilket omfang Kommissionen kan godkende den notificerede ordning. Efter Skatteministeriets vurdering vil det dog blive vanskeligere at opnå en godkendelse, hvis frekvenskravet lempes, idet formålet med afgiftsfritagelsen – at sikre aktuel lokal information og nyhedsformidling – derved udvandes betragteligt.

### **Samrådsspørgsmål O**

Ministrene bedes redegøre for, om det i forhold til undtagelse for reklameafgift er et krav fra EU's side for ikke at være i konflikt med statsstøttereglerne, at der anvendes lige bestemt kriterierne i definitionen af ugeblade i ugebladspuljen under Kulturministeriet.

### **Svar:**

Kompetence til at træffe afgørelse efter EU's statsstøtteregler ligger hos EU. Denne afgørelse foreligger ikke i øjeblikket.

Som jeg svarede til samrådsspørgsmål N, er ugeavispuljen godkendt efter EU's statsstøttebestemmelser. Som det også fremgik af mit svar, svarer formålet med støtte efter Kulturministeriets Ugeavispulje i et vist omfang til formålet med fritagelsen for afgiften efter lov om afgift af husstandsomdelte reklamer. Formålet er at sikre aktuel lokal information og nyhedsformidling.

### **Samrådsspørgsmål P**

Ministrene bedes redegøre for, om EU ikke vil kunne godkende en ordning, hvorefter der er afgiftsfritagelse for aviser, der udkommer mindst 2 gange om måneden i mindst 10 måneder eller mindst 1 gang om ugen i mindst 12 uger i et kalenderår?

#### **Svar:**

Det er alene EU Kommissionen, som kan træffe afgørelse i forhold til, hvorvidt en medlemsstats lovgivning indebærer statsstøtte, og hvis der er tale om statsstøtte, om den vil kunne godkendes som lovlig statsstøtte.

De husstandsomdelte ugeaviser er fritaget for afgift efter reklameafgiftslovens § 2 ud fra begrundelsen om, at disse lokale ugeaviser - uanset deres indhold af reklamer - fremmer mediemangfoldigheden, nyhedsformidlingen, udbredelsen af aktuelle samfundsmæssige oplysninger, samt den demokratiske debat.

Kravet til antallet af udgivelser skal sikre, at der er en vis aktualitet i det redaktionelle stof i de afgiftsfritagne ugeaviser, således at formålet med fritagelsen i forhold til den øvrige husstandsomdelte reklamemængde holdes for øje.

Som jeg har svaret tidligere, svarer formålet med støtte efter Kulturministeriets Ugeavispulje i et vist omfang til formålet med fritagelsen for afgiften efter lov om afgift af husstandsomdelte reklamer.

Støtte efter Ugeavispuljen er godkendt efter EU's statsstøtteregler. Da reklameafgiftsloven skal godkendes af EU efter statsstøttereglerne, vurderes det, at godkendelsesproceduren kan lettes ved, at afgiftsfritagelsen følger retningslinjerne for allerede godkendte regler.

### **Samrådsspørgsmål Q**

Ministrene bedes redegøre for, om begrundelsen for, at frekvenskravet ikke kan lempes er, at regeringen ved, at en sådan lempelse er i strid med EU's statsstøtteregler.

#### **Svar:**

Reklameafgiften er blevet notificeret efter EU's statsstøtteregler. Dette er den blandt andet, fordi de husstandsomdelte ugeaviser er fritaget for afgiftspligten.

Ugeaviserne bidrager også til affaldsmængderne, men de fritages for afgiften, da ugeaviserne når ud til mange danskere og er en vigtig kilde til lokale nyheder og information.

Fjernes eller lempes frekvenskravet, kommer vi længere væk fra fritagelsens formål – afgiftsfritagelse for lokale aktuelle nyheder og information.

Dette er absolut den primære årsag til, at jeg ikke ønsker at lempe eller fjerne frekvenskravet.

### **Samrådspørgsmål R**

Vil ministeren tage initiativer til at afklare, om EU ville kunne godkende en justering af reklameafgiftsloven således, at frekvenskravet lempes, så månedsaviser som f.eks. Hjerding Posten også vil kunne omfattes af afgiftsfritagelse i lighed med ugeaviser?

#### **Svar:**

Som det fremgik af mit svar på samrådspørgsmål Q, fritages ugeaviserne for reklameafgiften, da de når ud til mange danskere og er en vigtig kilde til lokale aktuelle nyheder og information.

Fjernes eller lempes frekvenskravet, kommer vi længere væk fra fritagelsens formål – afgiftsfritagelse for lokale aktuelle nyheder og information.

Jeg har således ikke planer om yderligere initiativer i forhold til EU.

### **Samrådspørgsmål S**

Vil ministeren redegøre for, på hvilken baggrund regeringen vurderer, at det nordiske miljømærke Svanen og FSC-mærket ikke vil kunne omfattes af den lempeligere afgift på grund af EU-regler, jf. ministerens udtalelse under 3. behandlingen af L 50 (reklameafgiftsloven): ”Det har meget at gøre med EU. Det er EU, der har udviklet Blomsten, og vi skal have det her godkendt i EU, og derfor er det nødvendigt, at vi tager udgangspunkt i Blomsten”.

#### **Svar:**

Differentieringen efter miljømærket Blomsten skal tilskynde til, at anvendelse af tryksager i reklameøjemed sker med omtanke for

tryksagens miljøpåvirkning.

Flere forskellige modeller for differentiering af afgiften har været vurderet – herunder både FSC-mærket og Svanemærket.

FSC mærket er dog ikke anvendeligt i forhold til en afgiftsdifferentiering, da der ikke er tale om en officielt anerkendt mærkningsordning.

I Danmark er der i dag to officielt anerkendte miljømærker (Blomsten og Svanen), hvor miljømærket Blomsten er anvendt til differentiering af afgiften. Blomsten har hjemmel i en EU-forordning og er derfor gældende i samtlige EU-lande.

Svanen er et nordisk miljømærke. Udenlandske virksomheder kan også opnå Svanen, men mærkningsordningen benyttes i dag primært af nordiske virksomheder – herunder flere danske virksomheder.

En differentiering efter Svanen vil give danske trykkerier et afgiftsmæssigt forspring i forhold til andre trykkerier i EU, hvilket selvsagt er problematisk i forhold til EU-retten.

Som jeg også svarede i forbindelse med udvalgsarbejdet, L 50 - spørgsmål 29, så vil det ved brug af Svanemærket til en tryksag være et krav – i modsætning til Blomstmærket – at hele trykkeriet er godkendt. En udenlandsk virksomhed, der for at opnå en lavere afgift på sine produkter til omdeling i Danmark, ønsker at benytte Svanemærket, skal derfor have hele sin virksomhed godkendt. Dette er også problematisk i forhold til EU.