



DANSKE MEDIER

Pressens Hus
Skindergade 7
DK-1159 København K

Telefon 3397 4000
Telefax 3314 2325

info@danskemedier.dk
www.danskemedier.dk

Folketingets Skatteudvalg
Folketinget
Christiansborg
1240 København K

30. oktober 2014

Reklameafgift og mediestøtte

Danske Medier er blevet orienteret om, at Skatteministeriet vil fremsætte forslag om ændring af lov om reklameafgift, så et medie inden for lovens anvendelsesområde ikke kan modtage mediestøtte og samtidig være fritaget for reklameafgiften.

Det er et forslag, som reelt er en ekstra skat på de medier, der prioriterer det redaktionelle indhold, så de opfylder kravet i loven om mediestøtte om, at der skal være mindst 50 pct. redaktionelt indhold, for at et medie kan komme i betragtning til produktionsstøtte.

Dermed vil et forslag som det bebudede modarbejde hele formålet med den mediestøttelovgivning, som Folketinget vedtog sidste år.

De medier, der vil blive ramt, vil være de lokale ugeaviser, som vælger at styrke den redaktionelle dækning af de lokale områder, hvor de ofte er de eneste medier, der tæt dækker blandt andet den kommunalpolitiske debat i området.

Forslaget vil desuden ramme dagblade, som lejlighedsvis – enkelte ugentligt – andre f.eks. op til valg og ved andre særlige lejligheder – udsender avisen ikke blot til de betalende abonnenter, men til alle husstande i dækningsområdet. Det er initiativer, som dagbladene gennemfører for at bidrage til at styrke interessen om forholdene i lokalområderne.

Både de lokale ugeavisers øgede redaktionelle indsats mange steder og de nævnte dagbladsinitiativer er væsentlige i en tid, hvor de private trykte medier på indtægtssiden er hårdt pressede af udenlandsk dominerede medier, bl.a. Facebook og Google, og af de "gratis" statslige medier.

Vedtages forslaget som bebudet, vil det betyde, at de redaktionelle stærke medier skal vælge mellem, om de vil modtage mediestøtte eller være fritaget for reklameafgiften.

Uanset hvad de vælger, vil det svække mediets økonomi – og dermed gøre det nødvendigt at begrænse de redaktionelle ressourcer.

Og tilsvarende vil forslaget fjerne et væsentligt incitament for mange blade til at styrke den redaktionelle indsats, da de bliver økonomisk straffet herfor.

Da reklameafgiften blev fremsat og vedtaget i 2012, var det erklærede formål at begrænse tilbudsaviserne af miljømæssige grunde – og derfor blev redaktionelle medier undtaget.

Med den foreslåede ændring rammer loven som beskrevet en række mediers muligheder for at leve op til formålet med den nye mediestøtte om at styrke mediernes redaktionelle indsats.

Danske Medier har forstået, at det nye forslag er en konsekvens af EU-Kommissionens afgørelse i forbindelse med godkendelse af det oprindeligt vedtagne lovforslag.

Danske Medier ser ikke andre løsninger end, at reklameafgiften opgives. Foreningen skal derfor opfordre til, at regeringen opgiver den foreslåede reklameafgift, så der ikke skabes en ny barriere for udviklingen af lokale redaktionelt stærke medier.

Foreningen står gerne til rådighed for drøftelse heraf. Journalistisk direktør Christian Kierkegaard kan kontaktes herom.

Med venlig hilsen
Danske Medier

Ebbe Dal
Adm. direktør

