

Folketingets Skatteudvalg

Folketinget

Christiansborg

1240 København K

København, den 4. november 2014

Reklameafgiften

Kreativitet & Kommunikation retter henvendelse til Folketingets Skatteudvalg med en appel om, at reklameafgiften opgives.

Afgiften medfører efter vor opfattelse mange implikationer. Afgiften konkurrenceforvrider, skaber begrænsninger i mediestøtten, pålægger virksomheder administrative byrder, indgriber i den kommercielle ytringsfrihed, medfører højere forbrugerpriser, men vigtigst af alt: Reklameafgiften medfører tab af flere hundrede arbejdspladser i Danmark, som vi ikke mener, at Folketingets Skatteudvalg kan sidde overhørig.

Kreativitet & Kommunikation har tidligere i forbindelse med lovens behandling i 2012 forelagt Folketingets Skatteudvalg flg. beregninger på, hvad reklameafgiften betyder for arbejdspladser: <http://www.ft.dk/samling/20121/lovforslag/150/bilag/6/1176616.pdf>.

Konklusionen er: Reklameafgiften kan medføre højere forbrugerpriser og det anslås, at Danmark vil tabe arbejdspladser inden for produktion, tryk og distribution på i alt 120-180 arbejdspladser og yderligere 200 grafikere og trykkeriarbejder kan miste deres jobs til udlandet.

Efter vor overbevisning beror tallene endda på et meget forsigtigt skøn, da vi ikke har ønsket at henvise til erfaringer fra Østrig eller at blande pærer og bananer sammen.

Senest er der kommet konkrete eksempler på bordet. Vi henviser til den presse, der har været fremme, hvor virksomheder som Color Print og Stibo Printing Solutions bebuder, at de vil miste flere hundrede arbejdspladser som følge af afgiften.

Reklameafgiften vil altså medføre et langt større tab af arbejdspladser, end Skatteministeriets tidligere beregninger viser.

Vi vil derfor opfordre til, at der iværksættes en ny arbejdspladsvurdering og en vurdering af, om de miljømæssige hensyn, som afgiften begrundes med, er proportional med de mange konsekvenser afgiften har for flere brancher.

Vi kan heller ikke undlade at nævne, at undersøgelser viser, at danskerne elsker den trykte tilbudsavis. Det er altså en forkert politikeropfattelse, at alle bor i København, og render rundt med i I-pad i hånden og tjekker tilbud på nettet.

Kreativitet & Kommunikation vil kæmpe for, at vore medlemmer er underlagt en lovgivning, der giver de bedste rammer for vækst. Vore medlemmer skal kunne rådgive kunder om kommerciel kommunikation, så de når målgrupper bedst, dér hvor forbrugerne er, så varen bliver solgt. Alt sammen noget, der vil skabe et forbrug til gavn for samfundet.

Erhvervslivet har de seneste år vist, at de selv kan nedbringe mængderne af reklamer i postkassen. Dels fungerer Forbrugerombudsmandens nej-tak til reklamer ordning rigtig fint og i en langt mere fleksibel ordning for forbrugerne i dag end tidligere, dels er nye tiltag som nej-tak+ og eTilbudsavisen kommet til siden, og medvirker til mere målrettet annoncering.

Ved at regulere med afgifter på reklamer piller Folketinget ved helt essentielle forhold i reklamemekanismer, som får konsekvenser for både arbejdspladser og salget af varer og dermed forbruget. Vores appel er derfor til Jer, at afgiften bør opgives.

Jeg står selvsagt til rådighed, hvis I har spørgsmål til min henvendelse.

Med venlig hilsen



Tine Aurvig-Huggenberger

Direktør