

## Betænkning

### over forslag til folketingsbeslutning om en udvidet statslig information. [Af Hilmar Baunsgaard m. fl.]

(Afgivet af udvalget den 24. marts 1976).

Udvalget har behandlet forslaget i adskillige møder og har herunder stillet spørgsmål til finansministeren, indenrigsministeren, justitsministeren, ministeren for kulturelle anliggender, ministeren for skatter og afgifter, socialministeren og statsministeren, der alle har besvaret dem skriftligt. Finansministerens og ministeren for skatter og afgifters samt et af statsministerens svar på udvalgets spørgsmål er optrykt som bilag til betænkningen.

Forslagsstillerne har stillet nedenstående ændringsforslag, hvorom henvises til de ledsagende bemærkninger.

Herefter indstiller et *flertal* (udvalget med undtagelse af fremskridtspartiets medlemmer af udvalget) forslaget til *vedtagelse* med det stillede ændringsforslag.

Et *mindretal* (fremskridtspartiets medlemmer af udvalget) kan tiltræde det stillede ændringsforslag, men indstiller forslaget til forkastelse, idet det ønsker at udtale:

Mindretallet er af den opfattelse, at forslaget vil være betænkeligt ud fra demokratiske synspunkter. Forslaget vil nemlig indebære en kraftig propaganda for folketingsflertallets beslutninger, og dette vil især være til gavn for det til enhver tid siddende regeringsparti. Det har man blandt andet især kunnet se i propagandaen for sikkerhedsseler, kildeskat og social bistandslov. Mindretallet finder det derfor aldeles forkert, at man herigennem ønsker at tvangsindlægge skatteyderne til at finansiere uimodsagt propaganda for bestemte partier.

Mindretallet er af den opfattelse, at forslaget

er et tilsløret forsøg på at støtte den bestående presse, der har det til fælles, at den enten er socialdemokratisk-, konservativ/venstre- eller radikal-venlig. Derfor er det disse partier magtpåliggende at støtte denne presse for derigennem at støtte sig selv og dermed forsinke den nytækningsproces, der i øjeblikket foregår i samfundet.

Mindretallet må blandt andet af disse grunde på det skarpeste tage afstand fra det foreliggende forslag.

### Ændringsforslag.

Af *udvalget*:

Til teksten.

Teksten affattes således:

»Folketinget opfordrer regeringen til at ned sætte et udvalg på 11 medlemmer til udformning af forslag til retningslinjer for en udvidet statslig information.

Udvalget skal bestå af 2 medlemmer udpeget af regeringen og et medlem for hvert af de i finansudvalget repræsenterede partier.

Formanden for udvalget udpeges blandt de 11 medlemmer af statsministeren.

Inden udgangen af 1976 skal udvalget udforme forslag til retningslinjer for indhold og omfang af en udvidet statslig information om bl. a. vedtagne lovforslag, bekendtgørelser, ændringer i cirkulærer m. v. af almen interesse for offentligheden. Udvalget skal have for øje, at der i informationsarbejdet for landet som helhed opnås den højeste dækningsgrad i be-

Bet. o. f. t. beslutn. om statslig information.

folkningen eller i særlige tilfælde den bedste dækning af de grupper af befolkningen, der specielt sigtes imod. Af hensyn til befolkningens muligheder for at kunne fastholde meddelte oplysninger skal trykt orientering udgøre en væsentlig del af informationen.

Mulighederne for orientering gennem radio og tv bør indgå i udvalgets arbejde, der på dette område ligeledes skal afsluttes inden udgangen af 1976.«

## B e m æ r k n i n g e r.

Ændringsforslaget tilsigter at klargøre, at en offentlig information bør have så høj en dækningsgrad som muligt over for befolkningen eller de grupper i befolkningen, en given information sigter imod. Annoncering i dagblade eller andre medier samt anvendelse af tryksager skal alene afgøres ud fra ønsket om at sikre den bedst mulige information.

<i>Poul Hartling (V).</i>	<i>Enggaard (V), formand.</i>	<i>Jens Peter Jensen (V).</i>	<i>Jacob Sørensen (V).</i>
<i>Svend Andersen (Rosk. amt) (FP).</i>	<i>Wamberg (FP).</i>	<i>Inger Stilling Pedersen (KrF).</i>	
<i>Lysholt Hansen (S).</i>	<i>Risgaard Knudsen (S).</i>	<i>K. J. Mortensen (S).</i>	<i>Kjeld Olesen (S).</i>
<i>Lasse Budtz (S).</i>	<i>Inge Fischer Møller (S).</i>	<i>Hilmar Baunsgaard (RV), næstformand.</i>	<i>Poul Dam (SF).</i>
	<i>Fuglsang (DKP).</i>	<i>Ninn-Hansen (KF).</i>	

**Indholdsfortegnelse.**

	Side
Bilag 1. Finansministerens svar på udvalgets spørgsmål, herunder specielt oplysninger vedrørende statens informationskontor .....	821
Bilag 2. Ministeren for skatter og afgifters svar på udvalgets spørgsmål .....	835
Bilag 3. Statsministerens svar på udvalgets spørgsmål .....	837

## Bilag I.

### Udvalgets spørgsmål til finansministeren og dennes svar herpå.

#### Ad spørgsmål 1.

Hvilke planer har statens informationskontor for at udvide den statslige information?

Statens Informationskontors planer for *udvidelse af den statslige information* kan beskrives i to hovedgrupper:

- A: Der kan ske – og er påbegyndt – en øget information ved ændringer og udvidelser af allerede eksisterende foranstaltninger.
- B: Der kan ske en øget information ved iværksættelse af helt nye foranstaltninger.

#### Ad. A: 1. *Dagbladsannoncering*

*Generelt:* Til forskel fra tidligere ønsker S. I. at tage initiativer til annoncering i dagspressen og udarbejder som grundlag herfor en aktivitetsplan i overensstemmelse med årets lovgivningsprogram. Løbende inspireres ministerier og styrelser til øget information i det omfang øgede bevillinger til dagbladsannoncering betinger det. Informationsbehovet søges i årets løb bedømt i forbindelse med loves og andre retsforskrifters vedtagelse og udsendelse.

*Specielt:* Samtlige annoncer bearbejdes af S. I. i samarbejde med bestiller til *optimal informationsværdi* (sprog, lay-out, bladvalg m. m.).

#### 2. *Pjecer og brochurer*

Informationskontoret vil inspirere til og deltage i udarbejdelsen af *flere pjecer om lovgivningen*, rettet mod enkelte interessegrupper (som fx Budget 76, folkeskoleloven, bistandsloven) fulgt af annoncering og lanceret ved

#### 3. *Pressemeddelelser*

der i flere tilfælde har været savnet eller i for ringe grad populariseret (fx i forbindelse med betænkninger af interesse for større kredse).

#### 4. *Informationskampagner*

I takt med øget kapacitet vil S. I. samarbejde tættere med de reklamebureauer, der gennemfører større kampagner, og *søge radio og tv's medvirken intensiveret*. (Energisparekampagnen).

#### Ad. B: *Nye foranstaltninger*

##### 1. *Samarbejde med radio og tv.*

Såfremt der fremsættes tilbud fra D. R. er informationskontoret indstillet på at producere kortere og længere programmer både til radio og tv (spots à ca. 30 sek. og 5 min. udsendelser i lighed med statens information i Sveriges Radio).

Radio og tv's redaktioner betjenes på linie med de øvrige nyhedsmedier og informeres i god tid om nye love og bestemmelser. Der søges skabt forbindelse mellem tv-/radioinformation og dagbladsannonceringen.

##### 2. *Statstidende*

S. I. ønsker gennem Statstidende at kunne informere i kortform. Bl. a. om folketingets arbejde: Om lovforslag, lovvedtagelser og kommende debatter, idet en sådan information hermed vil nå enkeltpersoner og grupper i samfundet, der har en bred berøringsflade og speciel interesse for tingets arbejde.

På længere sigt kan der blive tale om:

##### 3. *Nye informationskanaler*

Biblioteker, skoler, læresteder og andre steder, hvor der kan skabes kontakt til større eller mindre grupper af befolkningen, ønskes udnyttet til informationsformål.

##### 4. *Oplysningstjeneste:*

Der kan oprettes en oplysningstjeneste i lig-

hed med den norske til betjening i første omgang af mindre grupper (fx journalister), senere af hele befolkningen.

#### 5. Andre foranstaltninger

S. I. agter at tilbyde samarbejde med hensyn til offentlige skrivelser udformning hvad

angår sprog og design (fx love m. m., selvangivelsen og lign. formularer).

Der søges skabt en koordination af det offentliges annoncering for at styrke effektiviteten. (S. I.'s forbindelse med DSB - P & T m. fl. samt med kommuner og amter).

Der henvises i øvrigt til notat 241, 1975, der i forvejen er omdelt til udvalget. Se næste side.

## Orientering vedrørende arbejdsområdet for det nydannede „Statens Informationskontor“.

### 1. *Hidtidig udvikling*

Kontoret har bestået siden 1937 og virket under navnet »statens annonce- og reklamekontor«. Det modtager og ekspederer til bladene alle annoncer, der for statens regning (DSB og enkelte andre statslige myndigheder undtaget) indrykkes i dagblade, fagblade, ugeblade, tidsskrifter m. v. Kontoret fører indryknings- og regningskontrol, afregner med bladene og foranlediger månedlige debiteringer i forhold til annoncerende myndigheder.

Medens ansvaret for annoncerens indhold og finansiering påhviler de enkelte styrelser, er det endvidere kontorets opgave at søge annoncerne placeret på den mest hensigtsmæssige måde i såvel reklamemæssig som økonomisk henseende, ligesom kontoret er rådgivende med hensyn til annoncerens udformning.

Uden for den egentlige annoncering påhviler det kontoret at være rådgivende for statsinstitutionerne med hensyn til alle former for reklame, herunder tilrettelæggelse af kampagner, udformning af plakater og andre tryksager af reklamemæssig karakter udført for statens regning.

Foruden statsinstitutioner betjenes også råd og foreninger, hvor disses annonce- og reklameudgifter fuldt ud refunderes af staten.

Kontorets virksomhed har hidtil i det væsentlige dækket det, man kunne kalde den betalte information, medens den redaktionelle information (tv, radio og bladenes redaktionelle afdelinger) helt varetages af de enkelte styrelser.

Retningslinierne for annonce- og reklamekontorets virksomhed har været fastlagt senest i økonomi- og budgetministeriets cirkulære nr. 237 af 3. november 1972 og den samtidig udsendte vejledning nr. 238 om det offentliges brug af annoncering.

### 2. *Omdannelsen til statens informationskontor*

Kontoret er nu ved finansministeriets cirkulære af 12. juni 1975 blevet omdannet til sta-

tens informationskontor, idet kontorets arbejdsopgaver samtidig er blevet væsentligt udvidet. De nye opgaver er angivet i cirkulærets kapitel I (forretningsområde), medens de hidtidige bestemmelser om kontoret findes i cirkulærets kapitel II (særligt om statslige myndigheders annoncering og andre former for betalt information), hvoraf det specielt fremgår, at den ovennævnte vejledning fra 1972 fremdeles er gældende.

Ifølge cirkulærets kapitel I skal kontoret i samarbejde med de berørte myndigheder arbejde for

- styrkelse af kontakten til tv, radio og pressens redaktioner
- forbedring af metoderne for annoncering og andre former for betalt information
- samling, bearbejdelse og videregivelse af erfaringer, der indvindes af de enkelte myndigheder i deres informationsvirksomhed.

Kontoret kan indhente oplysninger fra de enkelte myndigheder til belysning af de forhold, der hører under kontorets forretningsområde, og endvidere kan kontoret henlede de øvrige myndigheders opmærksomhed på behovet for iværksættelse af informationsforanstaltninger og af undersøgelser om disse foranstaltningers virkninger.

Myndigheder, der påtænker at gennemføre større informationsforanstaltninger eller undersøgelser, bør på så tidligt et tidspunkt som muligt optage forhandling herom med kontoret.

### 3. *De mere konkrete planer*

Den virksomhed, som hidtil er udført af statens annonce- og reklamekontor, fortsættes, idet der tilstræbes en rationalisering af kontorets ekspedition af offentlige institutioners annoncer samt en modernisering af annonceringsformerne.

Kontoret vil i øvrigt se det som sin opgave at følge forberedelserne til lovgivningen fra de tidligste faser og i samarbejde med de enkelte

ministerier at skønne over omfanget af offentlighedens informationsbehov i forbindelse med den enkelte lov. Kontoret vil (som hidtil) sammen med det enkelte ministerium skønne over, hvilke midler der bør stilles til rådighed for informationen.

Efter anmodning fra ministerier og styrelser eller ved kontorets initiativ iværksættes information, og der foretages et mediavalg i samarbejde med de af ministerierne udpegede repræsentanter. Et sådant samarbejde er f. eks. iværksat med socialministeriet med henblik på informationsindsatsen i forbindelse med bistandslovens ikrafttræden den 1. april 1976.

Kontoret vil – ligeledes i samarbejde med de ovennævnte myndigheder m. v. – træffe de nødvendige praktiske og økonomiske aftaler med pressen, reklamebureauer, radio og tv, ligesom man vil følge enhver gennemførelse af disse foranstaltninger og om nødvendigt rette kritik til presse og reklamebureauer.

Kontoret vil søge informationen optaget på redaktionelt plan i pressen, radio og tv.

Der vil endvidere blive taget initiativ til et samarbejde mellem de informationsmedarbejdere, der er udpeget af ministerier og styrel-

ser, så at de erfaringer, der indhentes i det enkelte ministerium eller den enkelte styrelse, kan komme helheden til gode.

Kontoret vil således yde sekretariatsmæssig bistand til den tværgående informationsmedarbejdergruppe, der forudsættes dannet af medarbejdere i ministerier og styrelser samt kontorets eksperter.

Det er planlagt i samarbejde med Danmarks Radio at søge oprettet en informationsvirksomhed i tv og radio, det sidste i form af kortere indslag i program III og – som dyberegående orientering – i program II i undervisningsafdelingens regie.

Uden for kontorets virkefelt falder

- folketinget, når bortses fra en rådgivningsvirksomhed, som tinget direkte ønsker
- informationer fra ministerier og styrelser til folketinget (herunder dettes udvalg).

#### *Spørgsmål 2.*

En opgørelse over, hvilke love der i perioden fra valget den 9. januar 1975 og indtil jul 1975 har indeholdt en speciel oplysning om omkostningerne ved information om loven samt størrelsen heraf i alt.

## Ad spørgsmål 2.

lovforslag	lovforslagets titel	information om	anslået beløb
1974-75			
38	lov om ændring af lov om svangerskabshygiejne og fødselshjælp	mødrehjælpens vejledningsvirksomhed	-
172	lov om ændring af kildeskatteloven og pensionsbeskatningen	udvidet særskilt beskatning af gifte kvinder	0,085 mill. kr.
233	lov om begrænsning af stigningen i lejeværdierne af egen bolig fra 1974 til 1975	loven	--
234	lov om ændring af lov om midlertidig regulering af boligforholdene	omkostningsbestemt leje	0,25 -- --
244	lov om midlertidig ændring af mer-værdiafgiftsloven	nedsættelse af afgiften	1 -- --
250	lov om ændring af lov om statstilskud til forbedring m. v. af beboelsesejendomme	pjece om energibesparende forbedringsarbejder	} 1 -- --
144	lov om statstilskud til forbedring m. v. af beboelsesejendomme (anført i lovens § 8)	loven	
1975-76			
17	Færdselslov	loven	2,6 -- --
101	lov om ændring af forskellige skattelove	skattemæssig ligestilling af ægtefæller	--
135	lov om brandsikring af ældre beboelsesbygninger m. v.	loven	--

## Ad spørgsmål 3.

Hvorledes varetages det offentlige information i Tyskland og England?

## Storbritannien

Der informeres - for i alt 236 mill. kr. om året - ved følgende foranstaltninger:

1. *Annoncering* (for i alt 11,6 mill. pund sterling i 1974-75) i presse (ca. 7 mill. p.) tv, radio, biografer og ved plakater.

Hovedemnerne er:

Stillingsannoncering, der forbruger halvdelen af beløbet (også i tv og biografer). Annoncering om »holdningsændringer«: trafiksikkerhed, kriminalprævention, brandsikring m. v., der forbruger ca. en fjerdedel. Til orientering om nye love bruges ca. en ottendedel, og den sidste ottendedel bruges til oplysning om offentlige serviceydelser, økonomiske foranstaltninger m. v.

2. *Udstillinger* (1,2 mill. p. indenrigs + 166.000 p. udenrigs).

3. *Film, tv-bånd, lysbilleder* (1,2 mill. p. indenrigs + 1,9 mill. p. udenrigs).

4. *Udenrigs-pressetjeneste* (1,3 mill. p.).

5. *Fotografier* (560.000 p.).

6. *Bøger, pjecer, kort, plakater m. m.* (2,3 mill. p.) (i samarbejde med HMSO = Statens Trykningskontor).

Den praktiske formidling sker gennem Central Office of Information (COI), der altså også dækker udlandet. (1.300 medarbejdere).

COI er rådgiver for alle departementer i ministerierne, på hvem ansvaret hviler med hensyn til den informationspolitik, der føres, og for det materiale, der udsendes. COI er økonomisk ansvarlig for gennemførelsen af alle aktiviteter og varetager udformning og fremstilling af det materiale, der anvendes. For så vidt angår reklamekampagner, anvender COI



private annoncebureauer og overvåger løsnin-  
gen af sådanne opgaver.

COI er i administrativ henseende ansvarlig  
over for finansministeriet, og det har sit eget  
budget. I det omfang COI formidler annonce-  
ringerne, afholder kontoret i vidt omfang an-  
nonceudgifterne. Derudover har visse statslige  
styrelser (direktorater) egne budgetter, og en-  
kelte ministerier, der selv har indtægter, fx  
sundhedsstyrelsen, afholder deres annonceud-  
gifter fra indtægtskontoen. Visse offentlige in-  
stitutioner såsom National Savings, de nationa-  
liserede industrier, postvæsenet, BBC, Arts  
Council og British Council har et vist samar-  
bejde med COI, men forestår selv gennemfø-  
relsen af deres annoncering.

Med de kommunale myndigheder, som uden  
undtagelse forestår deres egne annonceringer,  
har COI et samarbejde om nationale kampag-  
ner.

COI og selvstændige regeringsorganer får  
kvantumsrabat hos aviser eller annoncebu-  
reauer på linie med andre større kunder.

#### Vesttyskland

har en anden form for organisation. Hvert  
af forbundslandenes regeringer har presse- og  
informationstjenester, hvert Centralt ministe-  
rium informerer i forskellig grad offentligheden.  
Den store organisation »Das Presse und  
Informationsamt der Bundesregierung« er, som  
navnet siger, *regeringens informationskontor*.  
Der gennemføres naturligvis fuldt så store in-  
formationsforanstaltninger som i Storbritan-  
nien.

Dagbladsproblematikken behandles i Bun-  
destag, men umiddelbart kan en mere detalje-  
ret redegørelse ikke gives fx for fordelingen  
af annonceudgifterne.

Omregnet til danske penge er budgettet for  
den centrale organisation ca. 187 mill. kr.  
(1976). Hertil kommer de enkelte »Länder« og  
ministeriers informationsudgifter. Iflg. oplys-  
ninger fra den vesttyske ambassade drager man  
gerne sammenligninger fx med Storbritannien  
ved budgetfastsættelsen.

#### Ad spørgsmål 4.

Ministerens kommentarer til vedlagte mate-  
riale om det offentliges informationsvirksom-  
hed i Norge og Sverige udbedes.\*)

1. »Formålsparagrafferne« for de centrale

svenske og norske informationsmyndigheder  
(Nämnden för samhällsinformation og statens  
informasjonstjeneste) angiver de mål, som sta-  
tens informationskontor også ønsker at arbejde  
efter. Disse mål er med lidt andre formuleringer  
angivet i finansministeriets cirkulære af 12.  
juni 1975 om statens informationskontor og  
om statslige myndigheders annoncering og øv-  
rige informationsvirksomhed (vedlagt). Der kan  
specielt henvises til §§ 1-3, 9-11 og 13.

2. Af det vedlagte materiale fra folketings-  
udvalget fremgår det, at bevillingerne til in-  
formationsvirksomhed i Sverige er ca. 85 mill. kr.  
i 1975-76. Dette tal er udgifterne til såvel an-  
noncering som andre former for betalt infor-  
mation (brochurer, plakater, film, udstillinger  
m. v.).

Der findes ikke i Danmark en tilsvarende  
opgørelse af de samlede bevillinger til infor-  
mationsformål. Man har kun tal for den an-  
nonceomsætning, der formidles gennem statens  
informationskontor (d.v.s. alle annoncer fra  
statslige myndigheder, bortset fra DSB og en-  
kelte andre statslige virksomheder og lokale  
myndigheder). Denne omsætning var:

	Kalender- året 1974 mill. kr.	Kalender- året 1975 mill. kr.
Samlet omsætning . . . . .	10,9	13,7
Heraf		
Informative annoncer i		
dagblade . . . . .	1,2	2,2
Administrative annoncer i		
dagblade . . . . .	7,2	8,4
Annoncer (fortrinsvis ad- ministrative) i fagblade, tidsskrifter og distrikts- blade . . . . .	2,5	3,1

Informative annoncer er annoncer om love  
og andre retsfor skrifter.

Administrative annoncer er annoncer om fx  
ledige stillinger, licitationer og køb og salg af  
fast ejendom.

De foreliggende tal giver ingen mulighed for  
at drage økonomiske sammenligninger mellem  
Sverige og Danmark, men der er ingen tvivl  
om, at informationsvirksomheden har et bety-  
deligt større omfang i Sverige, jfr. listen over  
statslige informationsaktiviteter fra Nämnden  
för samhällsinformation.

\*) Ikke medtaget her.

## Bilag til bet. o. f. t. beslutn. om statslig information.

De norske bevillingstal kan i højere grad sammenlignes med tallene fra Danmark. Af materialet fra folketingsudvalget fremgår det, at udgifterne til kunngjøringer m. v. (post 20) udgør:

- a. Kunngjøringer av lover og administrative tiltak i 1974 ca. 12,3 mill. kr. og i 1975 14,5 mill. kr.  
De tilsvarende tal for Danmark er de ovenfor nævnte ca. 1,2 mill. kr. i 1974 og ca. 2,2 mill. kr. i 1975.
- b. Kunngjøring av ledige stillinger i 1974 ca. 8,3 mill. kr. og i 1975 ca. 9 mill. kr.  
De tilsvarende tal for Danmark er ca. 3,6 mill. kr. i 1974 og ca. 4,2 mill. kr. i 1975 (tallene er skønnede, idet statens informationskontor normalt ikke foretager opdeling af administrative annoncer i stillingsannoncer og andre administrative annoncer).

Udgifterne til annoncering i dagblade om nye love, administrative foranstaltninger og ledige stillinger er således ca. 4 gange så store i Norge som i Danmark både i 1974 og 1975.

3. De svenske retningslinier for dagbladsannoncering bygger som nævnt i materialet fra folketingsudvalget på det såkaldte »totalitetsprincip uden formatdifferentiering«. Dette princip gælder for information om rettigheder, pligter og samfundsforanstaltninger i øvrigt, som hver berørt borger bør kende. Retningslinierne går ud på, at annoncering skal ske i samtlige dagblade, og at annoncerne som regel bør have samme indhold og format i alle blade.

En tilsvarende regel, der er vejledende for de statslige myndigheder, gælder i Danmark med hensyn til dagbladsannoncering. Reglen er fastlagt i vejledning af 3. nov. 1972 om det offentliges brug af annoncering (vedlagt). I kapitel I, pkt. 5 står:

»Skønnes der at være behov for at iværksætte annoncering om retsforskrifter eller administrative dispositioner eller forebyggende kampagner bør dette ske ud fra forudsætningen om, at den enkelte borger ikke kan forventes at holde eller læse mere end en enkelt daglig avis. Det må derfor anses for rigtigst, at annonceringen så vidt muligt omfatter samtlige dagblade, dog således, at annonceringen – såfremt forskriften eller dispositionen kun vedrører et klart afgrænset område af landet – begrænses til dagblade, evt. andre blade, i det pågældende område«.

Økonomiske grunde har gjort, at det i ganske få tilfælde ikke har været muligt at følge denne vejledende regel, men statens informationskontor anbefaler i sin rådgivning over for statslige myndigheder, at reglen følges i så høj grad som muligt.

*ad spørgsmål 5.*

Hvor mange er ansat i statens informationskontor?

1 direktør.

1 medarbejder specielt til administration af informationsvirksomheden (fuldmægtig, udlånt fra administrationsdepartementet).

1 journalist (foreløbig ansat for tre måneder).

1 konsulent (kontorleder).

4 assistenter (heltids).

4 assistenter (deltids).

1 kontorassistent.

1 kontorbetjent.

} annonce-  
ekspeditionen.

*ad spørgsmål 6.*

Er der søgt bevillinger til gennemførelse af de planer, som er skitseret under pkt. 3 i NOTAT af 24. november 1975?

Der er endnu ikke søgt bevillinger.

**Bilag 2.****Udvalgets spørgsmål til ministeren for skatter og afgifter og dennes svar herpå.***Spørgsmål 1:*

Er der særlige afgiftsforhold for dagspressen, herunder for dens papirforhold?

*Svar:*

Ifølge merværdiafgiftslovens § 12, stk. 1, punkt h, skal der ikke svares moms ved salg af aviser, som normalt udkommer med mindst 1 nummer ugentlig. Virksomheder, der fremstiller og afsætter aviser, skal dog være registreret hos toldvæsenet efter lovens administrative bestemmelser. Herved opnår de pågældende virksomheder, at de gennem deres afgiftsregnskab kan fradrage (få godtgjort) momsen af indkøb til fremstilling og afsætning af aviserne. Departementet har intet materiale til opgørelse af den indgående afgift vedrørende fremstilling og distribution m. v. af aviser.

Der betales moms af avisernes annoncer.

Salgsværdien af aviser i 1974 har været knap

800 mill. kr., og tallet for 1975 kan skønnes til ca. 900 mill. kr. På grundlag af denne omsætning ville en 15 pct.'s moms på aviser derfor i 1975 have indbragt ca. 135 mill. kr.

Det danske forbrug af avispapir dækkes udelukkende ved indførsel, særligt fra de øvrige nordiske lande. Indførsel i EF af papir, der skal anvendes til fremstilling af aviser, er ikke toldfri i henhold til EF's fælles toldtarif, men der er i EF truffet foranstaltninger, der sikrer toldfri indførsel af avispapir, i det omfang behovet ikke kan dækkes fra de andre medlemslande. Bestemmelse om åbning hvert år af et sådant toldkontingent er fastsat i protokol nr. 13 i akten til traktaten om Danmarks tiltrædelse af De europæiske Fællesskaber. For 1976 er det Danmark tilkomne kontingent fastsat til 165.000 tons avispapir, hvilket er i overensstemmelse med det fra dansk side skønnede importbehov.

### Bilag 3.

#### Udvalgets spørgsmål til statsministeren og dennes svar herpå.

##### *Ad spørgsmål 1.*

Hvad vil den årlige udgift være ved fremstilling og distribution af henholdsvis et 8 sidet eller et 12 sidet informationsblad til alle husholdninger en gang pr. måned, der kunne opfylde hovedsigtet med tankerne i forslaget til folketingsbeslutning?

Under henvisning til udvalgets skrivelse af 26. februar 1976 (B-XLIV-bilag 23) vedrørende udgifterne ved udgivelse af et månedligt

informationsblad skal jeg meddele, at Statens informationskontor har oplyst, at den årlige udgift (prisniveau marts 1976) til en avis i BT-format vil være *ca. 11 mill. kr. for 8 sider* og *ca. 14 mill. kr. for 12 sider*.

Vælger man et magasin-format (A4) i en lidt bedre papirkvalitet og 4-farvet omslag, vil den tilsvarende årlige udgift være *ca. 14 mill. kr. for 16 sider* (svarer til 8 sider i BT-format) og *ca. 18 mill. kr. for 24 sider* (svarer til 12 sider i BT-format).