

[Bausgaard.]

afgifter, hvis forvridende indflydelse på forbrug og økonomisk udvikling man ikke kan have erfaring for. Derfor må nødvendigvis de helt nye afgifter underkastes en særlig kritisk vurdering.

For så vidt er det forståeligt, at regeringen har fået øje på elektriciteten som en nem og hurtig skattekilde. At man ved en afgift på kun 2 øre pr. kWh kan opnå 160 mill. kr. til statskassen må selvsagt være fristende, og adskillige konservativt styrede kommuner har jo tidligere set denne nærliggende skattekilde. Når det alligevel ikke i dag er muligt at tilslutte sig tanken, skyldes det usikkerhed over for, eller skal jeg sige uvidenhed om, hvilken indflydelse en elektricitetsafgift vil øve på det elforbrugende erhvervsliv. I det omfang f. eks. industrien pålægges afgift, vil det ikke være muligt at friholde eksportproduktionen, og enhver form for eksportafgifter må betragtes med betænkelighed. Selvfølgelig kan industrien friholdes ved udelukkende at lægge afgifterne på elektricitet til privat boligforbrug, men hvor meget vil det i så fald beløbe sig til pr. kWh? Det bliver i hvert fald nogle gange 2 øre, og en sådan fordyrelse af bolig-elektricitet vil være betænkelig af flere grunde. Den sociale balance kan vanskelig fastholdes, og adskillige af dem, der i forvejen er ramt hårdest ved den ulige husleje-fordeling, vil blive ramt endnu hårdere; det er i særlig grad de nye og altså de dyrere lejligheder, der har elektricitet til husholdningsbrug, hvorimod gassen endnu er dominerende i de ældre lejligheder. Det vil derfor ikke være rimeligt, om alle 160 mill. kr. eller blot hovedparten af dem skal betales over privat forbrug. Det vil give en for skæv byrdefordeling. Den snilde genvej er ikke altid så rimelig, som den er snild. Elafgiften er ikke så god en idé, som den umiddelbart kunne forekomme at være.

Anderledes vanskeligt har det åbenbart været for den højtærede finansminister at imødekomme ønskerne i nogle kredse om at tilvejebringe en reklameskat. Det er, ligesom der har været nogle og noget, der skulle tækkes, og det har ikke været let. Resultatet afslører, det må jeg sige, at det heller ikke er rimeligt at tækkes her. En speciel afgift på al reklame vil ikke være mulig i praksis, siger finansministeren i sin fremsættelsestale.

Så ved vi det. Men så burde finansministeren have afstået fra at begynde på det, for det eneste, han opnår, er at ramme andre, ikke reklamen som sådan. Han rammer nemlig igennem en annonceafgift først og fremmest dagbladene og vel især — det tyder alle beregninger på — de små, i forvejen hårdt trængte provinsaviser. En undersøgelse af reklamens karakter og sammensætning viser, at det må gå sådan. Ifølge en opgørelse foretaget af professor Max Kjær-Hansen fordeles reklamen i Danmark sig med kun ca. 45 pct. på annoncering, mens de 55 pct. anvendes på andre felter såsom butiksrklame, tryksager, biografreklame o. s. v. Det, man nu vil ramme, er altså de 45 pct., samtidig med at man erkender, at det er umuligt i praksis at pålægge de 55 pct. en særlig afgift. En henvisning til, at der er engrosoms på en del af det andet, slår ikke til. For det første er der dele af det, som slet ikke er pålagt oms, og for det andet er resten kun i beskedent omfang ramt af engrosomsen. Hertil kommer, at engrosomsen automatisk vil blive afløst af en merværdiafgift, hvis den bliver indført. Spørgsmålet er, om man kan føle sig helt sikker på, at en særlig nu indført annonceafgift også ville blive det. Jeg tror, man her står over for et typisk eksempel på, at man ikke uden meget grundige undersøgelser bør indføre nye punktskatter, hvis man da mener bestræbelserne for at indføre en merværdiafgift alvorligt.

At det særligt bliver dagbladene, der vil blive ramt, ses af, at de 45 pct. af de samlede reklameudgifter, der anvendes til annoncering, fordeles sig med knap 28 pct. til dagbladene og 17 pct. til annoncer i andre blade. Hovedvægten i en annonce-skat vil altså ramme aviserne. At det igen vil blive de små aviser, der rammes hårdest, er alle med kendskab til moderne salgs- og reklamemetoder overbevist om. For størstedelen af erhvervslivet lægges et årsbudget, og skal der betales afgift, reduceres annonce-mængden tilsvarende. Og hvor reducerer man? Man begynder at skære fra i den ende, hvor annoncen rammer færrest personer, altså i de små aviser. Den foreslåede annonceafgift vil blive et voldsomt slag mod en række af de endnu eksisterende små aviser, og den kan ikke få det radikale venstres støtte. Jeg ved ikke, om det har