

Skatteudvalget  
Folketinget, Christiansborg  
1240 København K



TBO/9. november 2012

## Reklameafgiften

DRRB retter henvendelse til Skatteudvalget for at gøre opmærksom på, at det lovforslag om en reklameafgift, der er fremsat i Folketinget, skaber en række problemer. De problemstillinger har DRRB allerede redegjort for i deres høringssvar til Skatteministeriet (vedlagt).

Argumenterne er ikke tomme ord. DRRB har fået udarbejdet en analyse fra Copenhagen Economics. Analysen beskriver de konsekvenser, som reklameafgiften har på hhv. beskæftigelsessituationen i Danmark og forbrugerpriserne.

Konklusionen er klar: begge dele påvirkes negativt. Dels vil forbrugerpriserne stige. Ifølge Skatteministeriet forventes et provenu fra reklameafgiften i 2013 på 340 mio. kr. Hvis forbrugerne kommer til at betale fx bare 0,2 procent mere for deres varer, vil det betyde en ekstra udgift på 500 mio. kr. Desuden viser rapporten, at hvis priserne på fødevarer bliver særligt hårdt ramt – det peger erfaringerne fra Østrig på – vil fx en 1-2 procent prisstigning betyde ekstra udgift for forbrugere på godt 1-2 mia. kr. alene på fødevarer. Forbrugerne kan altså let komme til at betale for afgiften flere gange i form af stigende forbrugerpriser. Mht. arbejdspladser viser analysen, at 120-180 arbejdspladser inden for produktion, tryk og distribution af reklameaviser vil forsvinde og yderligere 200 grafikere og trykkeriarbejdere kan miste deres jobs til udlandet.

DRRB finder det problematisk, at der pålægges en særkilt skat på dele af erhvervslivet, når vi i økonomisk svære tider kæmper for fremgang og vækst.

DRRB anmoder derfor om foretræde for Skatteudvalget, hvor problemstillingerne vil blive uddybet.

Med venlig hilsen

Tine Aurvig-Huggenberger  
Direktør