

  
**Skatteministeriet**

8. oktober 2014  
J.nr. 14-4263483

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 818 af 17. september 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Brian Mikkelsen (KF).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



## Spørgsmål

Det fremgår af Kommissionens afgørelse (pkt. 2.4.), at Skatteministeriet har lovet Kommissionen, at direct mail ikke længere vil være fritaget for afgiften. Således vil afgrænsningen af de afgiftspligtige produkter ikke længere kunne følge sondringen i "Reklamer - Nej tak". Vil ministeren på den baggrund nærmere oplyse, hvilke forsendelser der i det kommende lovforslag vil være omfattet henholdsvis undtaget for afgift?

## Svar

Direct Mail er en reklametryksag, der sendes direkte til modtagerens fysiske postadresse typisk i en konvolut påført modtagerens navn og adresse.

Af reklameafgiftslovens § 2, stk. 1, nr. 1, fremgår det, at det udelukkende er reklamer fremsendt som adresserede forsendelser, dvs. typisk i en lukket kuvert, hvor der ikke er forhandlet individuelle vilkår, som er omfattet af den pågældende afgiftsfritagelse. Reklamer fremsendt som adresserede forsendelser, hvor der er forhandlet individuelle vilkår, dvs. hvor der er lavet en individuel aftale mellem postvirksomheden og udgiveren af reklamen vedrørende pris og eventuelle øvrige vilkår for forsendelsen, er således allerede afgiftspligtige efter den nugældende lov.

Forsendelse af Direct Mail sker typisk på baggrund af individuelt forhandlede vilkår, hvorfor de fleste Direct Mails allerede efter den nugældende lov vil være afgiftspligtige.

På baggrund af Kommissionens afgørelse af 9. juli 2014 i statsstøttesagen vil der blive fremsat forslag om ophævelse af § 2, stk. 1, nr. 1, så alle reklamer, herunder Direct Mail, der er fremsendt som adresserede forsendelser, vil være afgiftspligtige, uanset om forsendelsen sker på individuelt forhandlede vilkår eller ej.