



## Skatteministeriet

8. oktober 2014  
J.nr. 14-4271913

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 828 af 19. september 2014 (alm. del).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



## Spørgsmål

Vil ministeren i forlængelse af sin besvarelse af spørgsmål nr. S 1823 oplyse, hvor meget mængden af danskernes papiraffald opgjort i procent samlet set reduceres med til gavn for miljøet, jf. formålet med afgiften på husstandsomdelte reklametryksager?

## Svar

Af lovforslaget til reklameafgiftsloven (L50, folketingsår 2012-2013) fremgår det, hvilken udvikling i afgiftsgrundlaget der blev forudsat.

Det blev skønnet, at der i 2015 skulle betales afgift af ca. 119.5000 ton papir, *jf. tabel 1.*

**Tabel 1. Afgiftsgrundlaget**

Ton	2012	2013	2014	2015	2016
Afgiftsgrundlag før adfærd	160.000	153.000	146.000	140.500	137.000
Reduktion som følge af afgiften		8.000	22.000	21.000	20.500
Afgiftsgrundlag efter adfærd		145.000	124.000	119.500	116.500

Anm.: Tallene er afrundet.

Kilde: L 50, folketingsår 2012-2013

I lovforslaget blev det skønnet, at mængden af husstandsomdelte reklamer uden afgift ville falde på grund af flere tilmeldinger til nej tak-ordningerne og på grund af en øget fokusering hos branchen. Det blev skønnet, at antallet af tilmeldingerne til nej tak-ordningerne ville falde med 2,5 pct. pr. år, faldende til 1 pct. pr. år efter 2015. Branchens egen reduktion blev skønnet til at udgøre 2 pct. pr. år. Det betyder, at afgiftsgrundlaget før adfærd skønnes at blive reduceret med 4,5 pct. fra 2014 til 2015 og 3 pct. fra 2015 til 2016, *jf. tabel 2.*

Ved lovforslaget blev det skønnet, at reklameafgiften isoleret set reducerer mængden af reklamer med 15 pct.

**Tabel 2. Afgiftsgrundlaget**

Pct.	2013	2014	2015	2016
Afgiftsgrundlag før adfærd	4,5	4,5	4,5	3,0
Reduktion som følge af afgiften	5,0	15,0	15,0	15,0
Afgiftsgrundlag efter adfærd	9,5	19,5	19,5	18,0

Kilde: L 50, folketingsår 2012-2013

Der vil i den kommende samling blive fremsat et lovforslag omhandlende de ændringer, som EU-Kommissionens godkendelse af reklameafgiftsloven medfører.

Såfremt udviklingen på reklamemarkedet giver anledning til ændringer i afgiftsgrundlag og provenu, vil dette fremgå af lovforslaget.