


Skatteministeriet

21. oktober 2014
J.nr. 14-4308801

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 864 af 23. september 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



Spørgsmål

Vil ministeren oplyse, hvem der er ansvarlig for, om et " lukket brev" udgør en direct mail omfattet af reklameafgiften?

Svar

Af reklameafgiftslovens § 2, stk. 1, nr. 1, fremgår det, at reklame, som er fremsendt som adresserede forsendelser, dvs. typisk i en lukket kuvert, hvor der ikke er forhandlet individuelle vilkår, er fritaget for afgift.

Derimod er reklamer, som fremsendes 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, 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.

Der er således i den nugældende lov taget stilling til behandlingen af Direct Mail.

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. Hvis dette giver anledning til ændringer i forhold til administrationen af brevforsendelser, vil det blive belyst i denne anledning.