


Skatteministeriet

10. december 2014
J.nr. 14-4915261

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 134 af 12. november 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



Spørgsmål

Vil ministeren redegøre for, hvor mange penge staten ville have opkrævet i reklameafgift, hvis afgiften var blevet opkrævet fra afgiftens vedtagelse i Folketinget?

Svar

Reklameafgiften blev vedtaget i december 2012 og var en del af *Finanslovsaftalen for 2012* mellem SRSF-regeringen og Enhedslisten.

Reklameafgiftsloven skulle statsstøttegodkendes, før den kunne sættes i kraft. EU-Kommissionen har statsstøttegodkendt loven i sommeren 2014 under forudsætning om visse ændringer. Reklameafgiften er derfor endnu ikke trådt i kraft.

Skatteministeriet har undersøgt udviklingen på reklamemarkedet. Det har vist sig, at mængderne af husstandsomdelte reklamer er faldet mere i 2012 og 2013, end det var forudsat i det vedtagne lovforslag fra december 2012.

I lovforslaget var det lagt til grund, at afgiftsgrundlaget før afgift i 2013 ville udgøre 153.000 tons reklamer, og afgiften ville medføre en yderligere reduktion på 8.000 tons. Det var dermed forventningen, at der skulle betales afgift af ca. 145.000 tons reklamer i 2013, hvis afgiften var trådt i kraft.

Det har imidlertid vist sig, at mængderne af reklamer kun udgjorde ca. 128.500 ton i 2013.

Derfor er provenuskønnet for reklameafgiften nedjusteret i forhold til det vedtagne lovforslag. I lovforslaget fremgår det, at den varige virkning efter tilbageløb og adfærd ville udgøre ca. 190 mio. kr. (omregnet til 2015-niveau). På baggrund af den nye lavere mængde reklamer skønnes det, at den varige virkning udgør ca. 120 mio. kr. efter adfærd og tilbageløb. Der kommer således et mindreprovenu på ca. 70 mio. kr. i varig virkning i forhold til det oprindelige skøn. Regeringen overvejer pt., hvordan dette skal håndteres.

I forbindelse med budgetteringen på finansloven for 2015 (finansårsvirkningen for 2015) er skønnet for reklameafgiften nedjusteret fra 150 mio. kr. til 100 mio. kr.