



## Skatteministeriet

16. februar 2015  
J.nr. 15-0148673

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 391 af 19. januar 2015 (alm. del).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



## Spørgsmål

Ministeren bedes vurdere provenutabet ved at afskaffe reklameafgiften fra og med 2015. Ministeren bedes angive provenutabel i tabelform umiddelbart, efter tilbageløb samt efter tilbageløb og ændret adfærd i mio. 2015-kr. for hvert år i perioden 2015-2020 og varigt.

## Svar

Reklameafgiften var en del af Aftalen om Finansloven for 2012 mellem regeringen (S, R, SF) og Enhedslisten. Reklameafgiften skulle finansiere den supplerende grønne check. Reklameafgiften er endnu ikke trådt i kraft.

I det vedtagne lovforslag (L50, folketingsår 2012-13) blev der skønnet over udviklingen på reklamemarkedet. Det har imidlertid vist sig, at mængden af husstandsomdelte reklametryksager er faldet mere end forudsat.

En afskaffelse af reklameafgiften skønnes at give et varigt mindreprovenu på ca. 120 mio. kr. efter adfærd og tilbageløb, *jf. tabel 1*.

Tabel 1. Provenumæssige konsekvenser af en afskaffelse af reklameafgiften

2015-niveau, mio. kr.	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Varig virkning
Umiddelbart provenu	-260	-230	-200	-180	-160	-140	-150
Inkl. virkning på andre konti	-330	-290	-250	-220	-200	-180	-180
Efter tilbageløb	-250	-220	-190	-170	-150	-130	-140
Efter adfærd og tilbageløb	-210	-180	-160	-140	-130	-120	-120

Anm.: Adfærd inkl. arbejdsudbud. Det forudsættes, at provenuet fastholdes i 2015-niveau efter 2020. Det antages, at adfærden udgør 5 pct. og arbejdsudbudseffekten 10 pct. Der er beregnings teknisk forudsat helårsvirkning i 2015.