



SKATTEMINISTERIET

J.nr. 2012-218-0117

Dato: 7. maj 2012

Til

Folketinget - Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 521 af 11. april 2012. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Dennis Flydtkjær (DF).

(Alm. del).

Thor Möger Pedersen

/ Lene Henningsen

Spørgsmål: Kan ministeren oplyse, hvorfor Sverige valgte at afskaffe den reklameafgift, de havde indført, og hvad forskellen på den svenske ordning er i forhold til den ordning, som regeringen ønsker at indføre?

Svar: Sverige har også i dag en reklameafgift.

Den svenske reklameafgift dækker i dag alle former for solgte annoncer i såvel dagblade som i ugeaviser. Reklamer i egne blade er ikke omfattet. Kun omsætning over 50 mio. SEK fra solgte annoncer.

Afgiften bliver i Sverige opkrævet hos trykkerierne og hos dagbladene.

Den svenske reklameafgift blev blandt andet ændret i 1999, således at der ikke længere er afgift husstandsomdelte reklame eller uadresseret post i Sverige (reklamer i egne blade). Baggrunden var, at der var store administrative udfordringer, samt udfordringer ved at kontrollere, at de, der var afgiftspligtige i Sverige rent faktisk betalte afgift i Sverige af reklametryksager indført fra et andet EU-land.

Den svenske afgift på reklamer afviger således fra oplæget om en afgift på husstandsomdelte reklamer. Ved udarbejdelsen af afgiften på husstandsomdelte reklamer, vil svenske erfaringer også blive inddraget.

Analysearbejdet omkring udformningen af en afgift på husstandsomdelte reklamer i regi af Skatteministeriet er endnu ikke afsluttet. Der henvises til svar på spørgsmål 515.