

Samrådsspørgsmål C: *Ministeren bedes redegøre for, hvorledes Post Danmark i praksis vil udmønte lovforslaget og omkostningerne ved dette. I tillæg hertil bedes ministeren redegøre for, hvorledes Post Danmarks samlede økonomi belastes af lovforslaget.*

Svar

Jeg er blevet spurgt om, hvordan Post Danmark i praksis vil udmønte lovforslaget og omkostningerne ved dette.

Ligeledes er jeg blevet bedt om at svare på, hvorledes Post Danmarks samlede økonomi belastes af lovforslaget.

Jeg har i den forbindelse indhentet en redegørelse fra Post Danmark.

Redegørelsen, som er dateret den 10. februar 2012, vil jeg efterfølgende sende til udvalget.



Jeg vil nu i hovedtræk gennemgå, hvad Post Danmark har oplyst i sagen:

Post Danmark har oplyst, at for partier af magasiner, der ankommer som *consignment* – altså som samlede partier af enkeltforsendelser – er der efter virksomhedens opfattelse i princippet ikke problemer med udmøntningen af lovforslaget i praksis. Der kan indgås aftale med afsender om en samlet fortoldning/momsbehandling af alle forsendelserne i partiet (*consignment*). Herved vil gebyret for Post Danmarks moms- og toldbehandling kunne strækkes over mange forsendelser på én gang.



For *blade, der sendes enkeltvis*, vil Post Danmark modtage disse sammen med al øvrig post. Her er der ifølge Post Danmark nogle udfordringer.

For at Post Danmark A/S kan identificere magasiner, der skal momsbehandles, skal afsenderen i afsenderlandet påsætte en såkaldt CN22 label på magasinerne, hvoraf forsendelsens indhold, magasinets værdi og modtager fremgår.

Post Danmark formoder, at SKAT ikke på dette område vil acceptere, at Post Danmark alene henholder sig til oplysningerne på den påklæbede CN22 label. Post Danmark formoder således, at SKAT, i lighed med processen for



pakker, vil forlange, at Post Danmark A/S i et vist omfang kontrollerer oplysningerne, som er påført CN22, herunder værdi.

Post Danmark oplyser endvidere, at ved kontrol af forsendelser uden CN22 vil det i praksis være meget svært at fastslå, om der er tale om et magasin eller f.eks. en Direct Mail, som i mange tilfælde ikke adskiller sig i udseende og form fra magasiner, men udgør reklamemateriale, som sendes til en modtager i Danmark uden vederlag.

Det kan desuden også være vanskeligt at afgøre, hvornår der er tale om modtageren som privatperson eller om modtageren er en virksomhed. Hvis



f.eks. en læge abonnerer på f.eks. et amerikansk tidsskrift, vil det være afgørende for den momsmæssige behandling, om magasinet stiles til lægen personligt eller til den klinik/hospital, hvor vedkommende arbejder.

Post Danmark bemærker endvidere, at når virksomheden pålægger moms på en forsendelse, tillægges et gebyr på 160 kr., inklusiv moms. Kunden vil skulle hente magasinet og betale importgebyret og momsopkrævningen for at få udleveret forsendelsen på posthuset, idet Post Danmark A/S hæfter for momsen overfor SKAT.



Post Danmark forudser i den forbindelse et stort antal klager, idet kunderne næppe vil have forståelse for proportionaliteten mellem den moms, som kunden skal betale, og Post Danmarks gebyr for toldbehandling.

Endelig forventer Post Danmark, at der vil komme engangsomkostninger til uddannelse samt etablering af nye/større lokaler i forbindelse med ansættelsen af de 400-500 medarbejdere, som vil være påkrævet med de nødvendige procedurer.

Post Danmark har ud fra en række forudsætninger, blandt andet ud fra et uændret antal magasiner, beregnet en meromkostning ved den forøgede



toldbehandling på 222 mio. kr. under forudsætning af uændret brevmængde.

Post Danmark oplyser videre, at det nuværende gebyr på 160 kr. ikke inkluderer omkostningerne til ekspedition på posthuset.

Dette skyldes, at der i priserne for breve og pakker allerede er indeholdt omkostninger til posthusekspedition.

Det er der ikke i priserne for magasiner, da de hidtil ikke er blevet ekspederet via posthuset, men det vil de skulle, når der skal afregnes moms. Det skyldes som nævnt, at Post Danmark hæfter for momsen overfor SKAT.



Endelig er det Post Danmark opfattelse, at moms på udenlandske magasiner fra ikke-EU lande vil betyde, at færre borgere vil abonnere på disse udenlandske magasiner. Dette vil derfor påvirke Post Danmarks omsætning negativt.