



Til

Folketinget - Skatteudvalget

L 50 - Forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven).

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 11 af 7. november 2012. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

Spørgsmål: Ministeren bedes redegøre for de beskæftigelsesmæssige konsekvenser af lovforslaget, jf. forventningen om at reklametryksagsmængden reduceres med 25 pct.

Svar: Det fremgår af lovforslagets bemærkninger, at en afgift på husstandsomdelte reklamer skønnes at nedbringe reklamemængden med 25 pct., når både effekten af branchens egen reduktion og reduktion som følge af afgiften indregnes. Heraf forventes afgiften på reklamer i sig selv at medføre en reduktion på ca. 15 pct.

Som det fremgår af lovforslaget, er udgifterne til produktion og omdeling af husstandsomdelte reklamer opgjort til ca. 2,8 mia. kr. for 2010. I 2011 er de opgjort til ca. 2,6 mia. kr., hvoraf omkostningerne til produktion er opgjort til ca. 1,3 mia. kr.

I 2011 forventes den samlede reklamemængde at udgøre 164.000 ton. Udgifterne til produktion og omdeling af reklamerne udgør således 15,85 kr./kg eller 7,9 kr./kg, hvis alene udgifterne til produktion medregnes.

Grafisk Arbejdsgiverforening har oplyst til Skatteministeriet, at der er ca. 750 personer beskæftiget med produktion af tilbudsaviser til både hjemmemarkedet og eksport. Det angives endvidere, at der eksporteres for 350 mio. kr. reklametryksager, hvilket betyder, at den samlede omsætning i branchen i 2011 var på 1,65 mia. kr. Beskæftigelsesmæssigt svarer en omsætning på 1 mio. kr. derfor til 0,45 beskæftigede. Ved en reduktion af reklamemængden på ca. 20.000 ton som forudsat i lovforslaget, vil det betyde en tabt omsætning på skønsmæssigt 160 mio. kr., og et fald i beskæftigelsen på ca. 70 personer, såfremt den danske grafiske branche alene skal bære afgiften.

Det vurderes dog som usandsynligt, at den grafiske branche alene skal bære hele afgiften. Afgiften vil sandsynligvis blive fordelt på både detailhandlen, reklamebureauerne, trykkerierne og distributørerne. Endvidere skal det understreges at ovenstående beregninger tager udgangspunkt i en umiddelbar effekt af reklameafgiften.

Med udgangspunkt i de varige arbejdsudbudseffekter skønner Skatteministeriet ved brug af standard beregninger, at lovforslaget vil medføre et mere langsigtet fald i beskæftigelsen på under 50 fuldtidsbeskæftigede. Hertil skal det desuden bemærkes, at afgiften på reklamer indgår som et finansieringselement af Finanslovsaftalen for 2012, og derfor skal ses i sammenhæng med hele finanslovsaftalen – og den samlede gevinst for beskæftigelsen.