



SKATTEMINISTERIET

J.nr. 12-0212891

Dato: 28.11.12

Til

Folketinget - Skatteudvalget

**L 50 - Forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklame-  
afgiftsloven).**

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 3 af 5. november 2012. Spørgsmålet er  
stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

**Spørgsmål:** Vil ministeren angive, hvor store administrative og økonomiske konsekvenser reklameafgiftsloven forventes at få for danske distributører, idet forslaget lægger op til, at det er distributørerne, der skal kontrollere andelen af redaktionelt stof?

**Svar:** Forslaget har været sendt til Erhvervsstyrelsens Team for Effektiv Regulering (TER) med henblik på en vurdering af forslagets administrative byrder.

Forslaget vurderes at medføre omstillingsbyrder samt løbende administrative byrder for distributørerne. Omstillingsbyrderne består i, at distributørerne skal registreres hos SKAT, samt at distributørerne skal udregne, angive og indbetale afgiften af de husstandsomdelte reklamer til SKAT.

Det skønnes, at medlemmer af Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder, som har ca. 17 medlemmer, og Post Danmark tilsammen dækker mere end 97 pct. af markedet for husstandsomdelte reklamer. Det er således ganske få aktører, som pålægges at opkræve afgiftens samlede provenu. I erkendelse af, at det kan være en likviditetsmæssig belastning for disse virksomheder, hvis afgiften skal indbetales, før virksomheden sædvanligvis har modtaget betaling fra ordregivere, foreslås, at afgiften først angives og indbetales til SKAT i den anden måned efter afgiftsperioden. Dvs. at for reklamer, som f.eks. omdelles i januar, skal angivelsen indsendes og afgiften betales senest den 15. marts. Tidspunktet for angivelse og indbetaling af afgiften er en måned senere end efter opkrævningslovens sædvanlige bestemmelser.

For at lette den potentielle afgiftsrisiko for distributørerne i forbindelse med omdeling af de afgiftsfrie produkter foreslås endvidere, at distributørerne kan indhente en leverandørerklæring fra udgiveren, hvori denne indestår for, at betingelserne for afgiftsfritagelsen er opfyldt. Dette er særligt relevant i forhold til omdeling af de afgiftsfrie ugeaviser. Det kan i denne forbindelse oplyses, at dette også opfylder et ønske fra Danske Medier i deres høringssvar, hvor det foreslås, at ugeaviserne selv gøres ansvarlig for vurderingen af, hvorvidt deres produkter opfylder betingelserne for afgiftsfritagelse herunder andelen af redaktionelt stof.