



Afskaffelse af reklameafgiften

Mængden af husstandsomdelte reklamer er faldet markant og mere end forventet, selvom reklameafgiften ikke er trådt i kraft. De miljømæssige målsætninger med afgiften er indfriet, og regeringen vil derfor ikke indføre reklameafgiften.

Regeringen værner om både miljøet og virksomhedernes rammevilkår. Miljøindsatsen skal derfor gå hånd i hånd med et konkurrencedygtigt erhvervsliv. De miljømæssige målsætninger for reklameafgiften er indfriet, og dermed kan vi værne om miljøet uden at pålægge dansk erhvervsliv unødige byrder.

Det vil komme erhvervslivet – og særligt den grafiske branche – til gode samt reducere de administrative byrder, at reklameafgiften ikke indføres.

Afgiften på husstandsomdelte reklametryksager blev besluttet i forbindelse med finansloven for 2012 med det formål at nedbringe mængden af husstandsomdelte reklamer. Reklameafgiften er dog ikke trådt i kraft, da den først skulle statsstøttegodkendes af EU-Kommissionen.

I de oprindelige beregninger fra efteråret 2012 var det forudsat, at afgiftsgrundlaget før afgift ville udgøre ca. 153.000 ton i 2013. Med afgiften blev det skønnet, at mængden af husstandsomdelte reklamer ville falde til ca. 145.000 ton i 2013. Det har imidlertid vist sig, at mængden af husstandsomdelte reklamer kun udgjorde ca. 128.500 ton i 2013.

Afskaffelsen af reklameafgiften vil indebære et varigt finansieringsbehov efter tilbageløb og adfærd på ca. 190 mio. kr. svarende til det merprovenu, der var forudsat i det oprindelige lovforslag.

Tabel 1: Afskaffelse af reklameafgiften

Mio. kr. (2015-niveau)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Varigt
Umiddelbart	130	350	330	310	290	280	270
Efter tilbageløb	125	330	310	290	280	260	250
Efter tilbageløb og adfærd	105	250	240	220	210	200	190

Anm.: Der er forudsat halvårsvirkning i 2015 baseret på de lavere reklamemængder, jf. Økonomisk Redegørelse, december 2014. Skønnet for 2016-2020 samt varig virkning svarer til skønnene i det oprindelige lovforslag.