



Magasinmoms – provenu fra lukning af momshul

Regeringen har indført importmoms på dansksprogede magasiner og dermed lukket en utilsigtet mulighed for udnyttelse af momsreglerne. Med indgrebet sikres lige og fair konkurrencevilkår for bl.a. trykkerivirksomheder i Danmark i forhold til trykkerivirksomheder uden for EU. Regeringen foreslår at anvende et ikke-disponeret merprovenu fra magasinmoms til finansiering af afskaffelsen af reklameafgiften.

Regeringen har i 2015 indført importmoms på dansksprogede magasiner, som sendes til abonnenter i Danmark fra lande uden for EU. Baggrunden var, at der skete en uhensigtsmæssig udnyttelse af en bagatelgrænse i momsreglerne. Udgivere af magasiner fik således trykt magasiner med en værdi på under 80 kr. uden for EU for at undgå momsen.

Med indførelsen af importmoms har regeringen sikret lige konkurrencevilkår for grafiske virksomheder, der trykker dansksprogede magasiner, uanset om trykningen sker inden for eller uden for EU. Sammen med reklameafgiften er der tale om en betydelig forbedring af rammevilkårene for den grafiske branche i Danmark.

Indførelsen af importmoms skønnes at medføre et merprovenu efter tilbageløb og adfærd på ca. 40 mio. kr. årligt. En del af merprovenuets er allerede disponeret, men der er fortsat et ikke-disponeret provenu på ca. 35 mio. kr. årligt fra 2016 og frem.

Tabel 1: Ikke-disponeret provenu vedr. magasinmoms

Mio. kr. (2015-niveau)	2015	2016	2017	2018	2019	2020	Varigt
Umiddelbart	-	45	45	45	45	45	45
Efter tilbageløb	-	35	35	35	35	35	35
Efter tilbageløb og adfærd	-	35	35	35	35	35	35