

Nulmoms på aviser

Beskrivelse

Aviser er omfattet af nulmoms. Det gælder både trykte og elektroniske aviser under visse betingelser om bl.a. indhold af aktuelt nyhedsstof. I stedet er aviser pålagt lønsumsafgift på 3,54 pct. af avissalgets værdi.

Det er en fordel for privatpersoner og momsfrie virksomheder, da ordningen må forventes at medføre lavere forbrugerpriser på aviser. De momspligtige virksomheder, som har fradrag for deres momspligtige indkøb, bliver derimod belastet af nulmomsordningen, da lønsumsafgiften forventes at blive overvæltet i priserne på aviser.

Regler

Ordningen indebærer, at der ikke lægges moms på salget af trykte og elektroniske aviser, og at der gives fradrag for moms på indkøb knyttet til produktion af aviser, jf. momslovens § 34, stk. 1, nr. 18. I stedet skal virksomheder, der udgiver eller importere aviser, som er omfattet af nulmoms, betale lønsumsafgift, jf. lønsumsafgiftslovens §1, stk. 1, 2. pkt. Lønsumsafgiften udgør 3,54 pct. af avissalgets værdi.

Provenuberegningen

Den umiddelbare provenuvirkning beregnes ud fra salget til private forbrugere, hvor momsen vil udgøre 25 pct. af grundlaget. Ved opgørelsen af provenuet modregnes der for lønsumsafgift. Grundlaget for salgsmoms til private forbrugere opgøres som indenlands omsætning fra salget af aviser fratrukket salg til momspligtige virksomheder. Avissalget til momspligtige virksomheder fratrækkes, da disse har fradragsret for moms.

Det bemærkes, at skønnet for omsætning fra aviser og salget til momspligtige virksomheder er behæftet med væsentlig usikkerhed.

Skatteudgiften skønnes til 460 mio. kr. i 2030 (2023-niveau) opgjort ved den umiddelbare virkning, jf. *tabel 1*.

Tilbageløb og adfærd

For avissalg til private forbrugere er der anvendt en tilbageløbssats på 21 pct. For momspligtige virksomheder der køber aviser, medfører nulmomsordningen højere priser på aviser, idet det forudsættes, at lønsumsafgiften på aviser overvæltet i priserne, og at momspligtige virksomheder ville kunne fradrage momsen uden ordningen. Det forudsættes, at de højere priser på aviser bliver overvæltet i virksomhedernes momspligtige priser, hvilket medfører et tilbageløb på 1,25 pct. ($= 1 - (1 - 0,21) * 1,25$). Samlet set skønnes et tilbageløb svarende til 23 pct. af den umiddelbare provenuvirkning.

Adfærdsberegningerne er lavet ud fra en afskaffelse af ordningen. Ved adfærdsberegningerne er det lagt til grund, at priselasticiteten ved forbruget af aviser er 1. Som følge af at en andel af forbruget af aviser udskiftes med andet forbrug, vil der forekomme en påvirkning af andre skatte- og afgiftskonti. Denne virkning svarer til forskellen mellem tilbageløbet af skatter og afgifter ved hhv. avisforbruget og andet forbrug. Det er lagt til grund for de provenumæssige beregninger, at tilbageløbet fra aviser er 20 pct., givet at der er moms på aviser, samt at tilbageløbet på andet forbrug er 21 pct. Ordningen skønnes samlet set ikke at påvirke arbejdsudbuddet i nævneværdig grad, idet substitutions- og indkomsteffekten i arbejdsudbudsvirkningen omtrent udligner hinanden.

Samlet set medfører dette en selvfinansieringsgrad på -2 pct.

Skatteudgiften skønnes til 360 mio. kr. i 2030 (2023-niveau) opgjort efter tilbageløb og adfærd, jf. *tabel 1*.

Tabel 1 Provenuvirkning af nulmoms på aviser, 2030

	beskrivelse	formel	resultat	enhed
Oplysninger				
[1]	Indenlands omsætning fra aviser		3.340	Mio. kr.
[2]	Salg til privatforbrugere		70	Pct.
[3]	Lønsumsafgift sats	$0,0354/(1-0,0354)$	3,67	Pct.
Umiddelbart mindreprovenu				
[4]	Umiddelbart mindreprovenu 2030 (2023-niveau)	$[1]*([2]*0,25-[3])$	460	Mio. kr.
Mindreprovenu efter tilbageløb				
[5]	Tilbageløb		23	Pct.
[6]	Mindreprovenu efter tilbageløb 2030	$[4]*(1-[5])$	360	Mio. kr.
Mindreprovenu efter tilbageløb og adfærd				
[7]	Selvfinansieringsgrad		-2	Pct.
[8]	Mindreprovenu efter tilbageløb og adfærd 2030	$[6]*(1-[7])$	360	Mio. kr.

Anm.: Provenuskønnene i tabellen er opgjort i 2023-niveau og afrundet til nærmeste 5 mio. kr.

Arbejdsudbud

Ordningen skønnes samlet set ikke at påvirke arbejdsudbuddet i nævneværdig grad, idet substitu-
tions- og indkomsteffekten i arbejdsudbudsvirkningen omtrent udligner hinanden.

Samfundsøkonomi

For private forbrugere betyder nulmomsordningen, at prisen på aviser reduceres set i forhold til en situation med almindelige moms, hvilket umiddelbart giver anledning til en forvriddning i forbruget af aviser. For (momspligtige) virksomheder, der køber aviser, forøges prisen på aviser lidt (pga. overvæltning af lønsumsafgift) set i forhold til en situation med almindelige moms, hvilket ligeledes giver anledning til en forvriddning i virksomhedernes forbrug af aviser. Samlet set medfører ordningen et samfundsøkonomisk tab på 20 mio. kr.

Beregning af samfundsøkonomisk virkning

Tabel 2 opgør den samfundsøkonomiske virkning ud fra en sammenligning mellem en afskaffelse af ordningen og en lumpsum-skat, der har en tilsvarende virkning på borgernes velfærd. Beregningen af den samfundsøkonomiske virkning foretages dermed ud fra en afskaffelse af ordningen. En afskaffelse af nulmomsordningen vil således reducere forvriddningen i forbruget af aviser (fsva. både private forbrugere og virksomheder). Det dækker dels over en omstillingsgevinst hos avisbrugerne, dels et mindre afledt merprovenu, jf. tabel 2.

Derudover indregnes en samfundsøkonomisk virkning fra arbejdsudbudsvirkning (via substitutionseffekt, dvs. kompenseret arbejdsudbudsvirkning). Fsva. private husholdningers forbrug af aviser vil der være tale om højere beskatning, hvor substitutionseffekten trækker i retning af mindre arbejdsudbud og dermed et samfundsøkonomisk tab. Fsva. virksomhedernes forbrug af aviser vil der omvendt være tale om lavere beskatning, som overvælttes i virksomhedernes priser og derved højere realløn, hvor substitutionseffekten trækker i retning af øget arbejdsudbud og dermed en samfundsøkonomisk gevinst. Det er den første af de to effekter, der dominerer.

Tabel 2. Samfundsøkonomisk virkning af nulmoms på aviser, 2030

Afskaffelse (faktorpriser)						
Mio. kr. (2023-niveau)	Nulmoms på aviser		Lumpsum-skat eller -overførsel		Forskel	
	Staten	Borgere	Staten	Borgere	Staten	Borgere
	[1]	[2]	[3]	[4]	[5]=[1]-[3]	[6]=[2]-[4]
Umiddelbar virkning	460	-460	400	-400	60	-60
Umiddelbar virkning inkl. moms ¹⁾	450	-450	400	-400	50	-50
Tilbageløb	-95	0	-80	0	-10	0
Adfærd ekskl. AU	5	50	0	0	5	50
Eksternalitet	Meritgode					
Arbejdsudbud	0	0	35	0	-35	0
I alt	360	-400	-350	400	15	0

Omregning til samfundsøkonomisk virkning ved ordningen (forbrugerpriser)			
Mio. kr. (2023-niveau)	Faktorpriser	Forbrugerpriser	Pr. støttekrone
	[7]=- ²⁾ [5]	[8]=[7]/(1-0,21)	[9]=[8]/[1]
Samfundsøkonomisk virkning	-15	-20	-0,05

Anm.: Ved arbejdet omkring fremtidens erhvervsstøtte er meritgoder defineret som goder, hvor det politisk vurderes, at produktionen og dermed den enkeltes eller samfundetsforbrug – bliver for lavt, hvis det overlades til markedet.

1) Det er lagt til grund, at momspligtige virksomheder, der indkøber aviser, overvælter lønsumsafgiften i momspligtige priser, hvilket medfører, at det umiddelbare provenu inkl. moms er lavere end det umiddelbare provenu.

2) Af beregningstekniske grunde er den samfundsøkonomiske virkning i søjle (6) opgjort for en afskaffelse af ordningen, mens søjle (8)- (10) viser den samfundsøkonomiske virkning ved at have ordningen. Derfor skifter fortegnet fra den øverste del af tabellen til den nederste del.

I tabellen kan afrundinger medføre, at tallene ikke summerer til totalen.

Kilde: Skatteministeriet