



Folketingets Finansudvalg
Christiansborg

18. august 2020

Svar på Finansudvalgets spørgsmål nr. 291 (Alm. del) af 29. juni 2020 stillet efter ønske fra Jacob Mark (SF)

Spørgsmål

Vil ministeren skønne hvad det årlige provenu efter tilbageløb og adfærd ved indførelse af en såkaldt techskat vil være idet der skal tages udgangspunkt i den franske model, hvor der pålægges techselskaber med en global omsætning på over 750 mio. euro en skat på 3 pct. af salget i Frankrig, hvis de har en fransk omsætning på over 25 mio. euro? I svaret bedes den nationale omsætningsgrænse nedskaleres svarende til, at det danske marked er mindre end det franske.

Svar

Der forelægger ikke på nuværende tidspunkt det nødvendige datagrundlag til at udregne et dansk provenuskøn af en såkaldt ”techskat” i stil med den franske.

Den franske techskat baseres på en relativt kompliceret formel¹, hvor skattebasen består af

1. Salgsindtægter fra såkaldte ”digital intermediation services”, hvilke relaterer til indtægter fra platforme, der formidler kontakt mellem brugere (f.eks. såkaldte online markedspladser), men ekskluderer en række services (f.eks. en række banksystemer)
2. Målrettede annonceindtægter på digitale platforme, hvilke baseres på indsamling af franske brugerdata, samt direkte salg af brugerdata med henblik på målretning af reklamer. Annonceindtægter, der ikke baseres på målrettet annoncering gennem brugerdata, fraregnes.

Til udregning af dette skattegrundlag benyttes for hver virksomhed samt indtægtskanaler såkaldte ratioer for ”fransk digital tilstedeværelse”. Eksempelvis for målrettede annoncer (baseret på brugerdata) udregnes skattebasen som:

$$\frac{\text{Andel af annoncer målrettet franskmænd}}{\text{Total antal målrettede annoncer}} * \text{Globale indtægter fra målrettede annoncer}$$

¹ Se evt. EY's guide for en mere detaljeret gennemgang https://www.ey.com/en_gl/tax-alerts/france-issues-comprehensive-draft-guidance-on-digital-services-tax

Disse ratioer varierer for hver enkelt indtægtskanal. F.eks. ved salg af brugerdata benyttes andelen af franske brugerdata, mens der ved indtægter fra platforme benyttes andelen af franske brugere. Hver af disse ratioer ganges derefter på indtægtskanalernes globale omsætning. De danske myndigheder har på nuværende tidspunkt ikke adgang til sådanne data og et provenuskøn er dermed ikke muligt.

Det franske finansministerium forventer indtægter i størrelsesordenen 0,5 mia. euro årligt. Det vil dog kræve informationer om den relative størrelse af det danske marked for målrettede annoncer, salg af brugerdata samt ”digital intermediation services” for at skalere dette estimat til en dansk kontekst.

Brancheorganisationen ”Danske Medier” estimerer, at de samlede digitale annonceindtægter i Danmark i 2019 udgjorde 8,5 mia. kroner.² Digitale annonceindtægter er dog ikke det samme, som indtægter baseret på danske brugerdata, hvilke kan være større eller mindre. Det vides endvidere ikke, hvor stor en andel af disse selskaber der har en omsætning, som er mindre end omsætningskravet.

Med venlig hilsen

Nicolai Wammen
Finansminister

² <https://danskemedier.dk/aktuelt/analyse-og-trends/det-danske-reklamemarked-2019-mere-end-6-ud-af-10-annoncekroner-gaar-digitalt/>