

Udskriftsdato: 15. december 2025

AFG nr 9978 af 27/01/2015 (Gældende)

Bindende Svar - Vederlag for markedsføring af forsikringer gennem søgemaskine er momspligtigt

Ministerium: Skatteministeriet

Journalnummer: 14-4922703

Bindende Svar - Vederlag for markedsføring af forsikringer gennem søgemaskine er momspligtigt

Skatterådet bekræfter, at vederlag for salg af leads, kvalificerede leads og data fra en søgemaskine er momspligtige transaktioner, som ikke kan omfattes af momsfritagelsen i momslovens §13, stk. 1, nr. 10.

Skatterådsmøde den 27. januar 2015 - SKM2015. 172. SR

Spørgsmål:

1. Kan SKAT bekræfte, at vederlag for salg af lead er en momspligtig transaktion?
2. Kan SKAT bekræfte, at vederlag for salg af kvalificerede lead (no cure no pay) er en momspligtig transaktion?
3. Kan SKAT bekræfte, at salg af data fra søgemaskinen er en momspligtig transaktion?

Svar:

1. Ja
2. Ja
3. Ja

Beskrivelse af de faktiske forhold

Spørger har til formål at drive virksomhed med at udvikle aggregator (søgemaskine, prissammenligningsmaskine).

Det er selskabets vision at levere en fuldstændig objektiv søgemaskine, hvor personer nemt og overskueligt kan få et overblik over hvilket produkt, der matcher personens behov ud fra de indtastede data.

Målgruppen er i første omgang kun én type produkter, men det forventes at målgruppen på sigt udvides til også at omfatte andre produkter.

Spørger har i dag X ansatte, der primært er beskæftiget med udvikling af søgemaskiner.

Spørger har ikke nogen ansatte, der beskæftiger sig med salg eller formidling af det pågældende produkt. Spørgers ansatte har i øvrigt ingen forudsætninger inden for segmentet, og kan dermed hverken yde rådgivning eller formidling angående det pågældende produkt.

Spørger oppebærer i dag én type indtægt (salg af lead).

På sigt ønsker selskabet at tillige at sælge kvalificerede lead (no cure no pay).

I de nuværende kontrakter (salg af lead) er der mulighed for at Spørgers kunder vil kunne købe data.

Lead:

Spørgers nuværende kunder betaler for de leads selskabet genererer via selskabets søgemaskine.

Forbrugeren/brugeren logger på søgemaskinen, indtaster oplysninger og får priser på en liste, der som udgangspunkt er linet op i prisrækkefølge med de billigste øverst. Forbrugeren/brugeren kan så vælge at bede om et tilbud. Hvis dette sker, betaler samarbejdspartnerne Spørger. Dette er også kaldet et lead.

Der findes 4 måder at generere et lead på:

- Longform (som beskrevet ovenfor)
- Quick check out (som beskrevet ovenfor, blot med færre data forbrugeren/brugeren skal udfylde)
- Ringer selv (som beskrevet ovenfor, men i stedet for at bestille tilbud, ønsker forbrugeren/brugeren at blive ringet op af samarbejdspartneren)
- Re-direct - eksempelvis hvis en samarbejdspartner benytter Spørgers aggregator på deres site. Ved denne metode ser det for forbrugeren/brugeren ud som om de går på samarbejdspartnerens site, men når forbrugeren/brugeren begynder at taste data ind, vil de se, at de kommer på Spørgers site. Princippet er herefter det samme som beskrevet ovenfor, at forbrugeren/brugeren laver en søgning og beder om et tilbud/ønsker opringning, nu på Spørgers site.

No cure no pay:

Denne metode er under udvikling og årsagen til selskabets henvendelse.

Spørgers kunder ønsker alene at blive faktureret i henhold til det salg de senere gennemfører pga. Spørgers fremsendelse af leads. Dvs. samarbejdspartnerne betaler alene for de leads, der genererer et salg hos dem.

Spørger sender samarbejdspartneren en opgørelse over månedens leads, og samarbejdspartneren vender tilbage med hvilke brugere, der er konverteret til kunder hos samarbejdspartneren. Herefter sker der fakturering.

Afregningen sker til fast pris - dvs. uafhængig af den betaling som samarbejdspartneren opkræver hos personen. Og afregning sker alene, hvis et lead resulterer i en ny kunde.

Salg af data:

Spørger leverer data omkring alle søgninger fratrukket sensitive oplysninger (cpr) til A på månedsbasis. A bruger disse informationer til at lave prisindekset.

Fremadrettet påtænker selskabet i højere grad at sælge den data med udgangspunkt i de søgninger, der generes i søgemaskinen.

Spørger har allerede solgt noget data til et par af deres kunder, hvoraf noget blev leveret i samme format som til A (rådata) og noget i mere specifikke tabeller.

Spørgers opfattelse og begrundelse

Det er Spørgers opfattelse, at de stillede spørgsmål skal besvares med et "JA" eftersom der er tale om almindelige momspligtige leverancer, og ikke tale om leverancer omfattet af momslovens fritagelsesbestemmelser.

Momslovens fritagelsesbestemmelser skal generelt fortolkes strengt, hvorfor en fritagelsesbestemmelse ikke kan finde anvendelse i det konkrete tilfælde.

Det er Spørgers opfattelse, at Spørger leverer reklameydelser/elektroniske tjenesteydelser til dets kunder, og ikke ydelser der er omfattet af momslovens § 13, stk. 1, nr. 10. I den forbindelse skal vi henvise til sag C-69/92 (Kommissionen mod Frankrig), hvor domstolen giver en meget vid definition af salg af reklameydelser, og dens anvendelsesområde.

Netop måden hvorpå forretningskonceptet er bygget op, og fungerer på, er en moderne form for markedsføring hvor Spørger eksponerer en målrettet mulighed for at personer kan opnå en fordelagtig produktion via søgemaskinens tjeneste.

Spørger tilbyder således en facilitet i form af en kombineret marketing/søgemaskine, der målretter kundens behov, og hvor kunden på eget initiativ laver tilvalg/fravalg ud fra de oplysninger som samarbejdspartnerne har gjort tilgængelige på Spørgers hjemmeside.

Når en person besøger Spørgers hjemmeside, er det som nævnt forbrugeren selv, der foretager søgningen ud fra eget ønske og behov. Personen vælger selvstændigt hvorvidt denne ønsker materiale/opkald mv. Spørger foretager intet i den forbindelse.

Spørgers søgemaskine er en onlinetjeneste, der ønsker at skabe gennemsigtighed til forbrugeren. Søgmaskinen sender forbrugers oplysninger samarbejdspartnerne. Der sker ingen bearbejdning af data inden fremsendelse. Søgmaskinen indsamler automatisk oplysninger på samarbejdspartneres hjemmeside og sender disse oplysninger tilbage til Spørgers hjemmeside. Herefter sorteres og struktureres oplysningerne, og der udarbejdes en neutral og objektiv oversigt over de forskellige selskabers betingelser og priser. Derefter træffer forbrugeren selv beslutning om hvem forbrugeren evt. vil kontakte.

Spørgers hjemmeside markedsføres via TV reklamer og radio spots, ved hjælp af google adwords, facebook og øvrige tilgængelige online kanaler.

Spørger rådgiver alene i brugen af hjemmesiden og ved intet om samarbejdspartneres produkter. Produktet kunne have været hvilket som helst produkt.

Spørger har ingen forudsætninger for at rådgive kunden om samarbejdspartneres produkter, og rådgiver på intet tidspunkt, ligesom der ikke er noget retsforhold mellem personen der besøger hjemmesiden og selskabet bag hjemmesiden.

Selskabet varetager ej heller de forskellige samarbejdspartneres interesser.

Selskabet har ingen ansvar i forbindelse med salget af produktydelsen, ligesom der ikke kan gøres regres gældende over for Spørger såfremt en person er utilfreds med sit produkt.

De oplysninger, som er tilgængelige på Spørgers hjemmeside, er oplysninger givet af samarbejdspartnere.

Via Spørgers søgemaskine eksponerer/markedsfører Spørger produkterne på objektiv vis, og hvor leadgenerering og betaling herfor er beskrevet ovenfor.

De personer, som besøger Spørgers hjemmeside, er bevidste om at hjemmesiden er en elektronisk søgemaskine og har ikke opfattelsen af eller forventningen om, at selskabet bag hjemmesiden sælger eller formidler forsikringer.

Spørger har et program, der opsamler henvendelser fra forbrugere/brugere. Her fremgår det også tydeligt, at man alene hjælper brugerne igennem hjemmesiden og ikke rådgiver i forhold til fundne priser, samarbejdspartnerne osv.

Spørger mener ikke, at momslovens § 13, stk. 1, nr. 10, kan finde anvendelse på de stillede spørgsmål eftersom denne fritagelse forudsætter, at der dels er tale om en tjenesteydelse i forbindelse med levering af en forsikringstransaktion, og dels at ydelsen præsteres af en forsikringsmægler/forsikringsformidler.

Spørger er bekendt med, at skatterådet i to afgørelser er kommet frem til at låneformidling via internettet er at anse for en moms fritaget tjenesteydelse.

Disse afgørelser mener Spørger dog ikke er sammenlignelige med det som Spørger leverer via sin hjemmeside.

Hjemmesiden er således ikke en auktionsside, og der sker ingen transaktioner eller overførsler af penge via Spørgers hjemmeside.

Spørger foretager ingen administration, men fungerer alene som en søgemaskine, der på objektiv vis promoverer selskabets kunder og deres produkt.

Spørger er ikke involveret i beslutningsprocessen.

Spørgers hjemmesides hovedfunktion er ikke at levere de afgørende oplysninger for, at der kan indgås en aftale mellem en person og en samarbejdspartner.

SKATs indstilling og begrundelse

Det ønskes bekræftet, at vederlag for salg af leads og kvalificerede leads er momspligtige transaktion.

Lovgrundlag

Momsfritagelsen i momslovens § 13, stk. 1, nr. 10 har følgende ordlyd:

"Følgende varer og ydelser er fritaget for afgift:

.....

10) Forsikrings- og genforsikringsvirksomhed, herunder ydelser i forbindelse med sådan virksomhed, som udføres af forsikringsmæglere og -formidlere."

Bestemmelsen implementerer momssystemdirektivets artikel 135, stk. 1, litra a) i dansk ret.

"a) forsikrings- og genforsikringstransaktioner, herunder ydelser udført af forsikringsmæglere og -formidlere i forbindelse med disse transaktioner"

Praksis

C-453/05, Volker Ludwig

Begrebet »formidling« tager sigte på en virksomhed, som udøves af en mellemmand, der ikke optræder som part i en kontrakt om et finansielt produkt, og som adskiller sig fra de kontraktmæssige ydelser, der typisk udføres af parterne i sådanne kontrakter. Formidlingsvirksomhed er en tjenesteydelse, som udføres over for en kontraktpart, og som parten yder vederlag for, idet der er tale om en særskilt mellemmandsvirksomhed. En sådan virksomhed har herved til formål at træffe de nødvendige foranstaltninger for, at de to parter indgår en kontrakt, uden at formidleren har en selvstændig interesse i kontraktens indhold

SKM2013. 868. SR

Skatterådet bekræfter, at Spørgers indtægter fra en internetportal, der formidler lån til udviklere af apps, er momsfrigitte efter momslovens § 13, stk. 1, nr. 11, litra a. Portalens formål er således at træffe de nødvendige foranstaltninger for, at der kan indgås låneaftaler mellem udviklerne af disse apps og investorerne.

SKM2008. 373. SR

Skatterådet har truffet afgørelse om, at indtægterne fra en internetportal, der formidler lån til låntagere i den 3. verden, er momsfrigitte efter momslovens § 13, stk. 1, nr. 11, litra a. Portalens formål er således at træffe de nødvendige foranstaltninger for, at to parter indgår en kontrakt, uden at formidleren har

en selvstændig interesse i kontraktens indhold, jf. bl.a. EF-domstolens dom i sagen C-453/05 (Volker Ludwig).

Begrundelse

Spørgers ydelser til sine samarbejdspartnere må anses for momspligtige, medmindre de omfattes af momsfritagelsen i momslovens § 13, stk. 1, nr. 10, om formidling af forsikringer.

Formidlings- og forhandlingsvirksomhed defineres i retspraksis som foranstaltninger, der har til formål at træffe de nødvendige foranstaltninger for, at de to parter indgår en kontrakt, uden at formidleren har en selvstændig interesse i kontraktens indhold. Se EF-domstolens dom i sag C-453/05, Volker Ludwig.

Den ydelse, som Spørger leverer til samarbejdspartnere, defineres i henhold til den fremlagte kontrakt som ydelser bestående i, at brugere efter indtastning af visse få basisoplysninger, kan få priser online fra de forsikringsselskaber, som Spørger har mulighed for at indhente priser fra.

Det er SKATs opfattelse, at Spørger efter en samlet vurdering må anses for at levere reklameydelser til samarbejdspartnerne. Der er herved henset til, at hovedformålet med Spørgers ydelser er at markedsføre samarbejdspartnerens produkter.

Uanset Spørgers ydelser indeholder visse elementer af formidling, idet Spørger kan siges at levere oplysninger til kunder om, hvornår der opstår gunstige muligheder for at opnå produktet, så kan Spørger ikke anses for at optræde som egentlig mellemmand. Det bemærkes herved, at Spørger ikke aktivt formidler en bestemt opdragsgivers produkt, men derimod sammenholder flere forskellige udbyderes priser, ligesom Spørger på ingen måde er involveret i kontraktsindgåelsen mellem kunden og samarbejdspartneren.

Spørgers ydelser adskiller sig herved også fra ydelserne i SKM2008. 373. SR og SKM2013. 868. SR

At Spørgers opnår betaling fra samarbejdspartnerne, når Spørger sender kunder videre til de enkelte samarbejdspartnere, eller i nogen tilfælde kun når den videresendte kunde indgår en aftale med samarbejdspartneren, ændrer ikke på hovedformålet med Spørgers ydelser.

Spørgers ydelser må derfor anses for momspligtige.

Indstilling

SKAT indstiller, at spørgsmål 1 og 2 besvares med "Ja".

Spørgsmål 3

Det ønskes bekræftet, at salg af data fra søgemaskinen, er en momspligtig transaktion.

Lovgrundlag

Af momslovens § 4, stk. 1, fremgår følgende:

"Der betales afgift af varer og ydelser, der leveres mod vederlag her i landet. Ved levering af en vare forstås overdragelse af retten til som ejer at råde over et materielt gode. Levering af en ydelse omfatter enhver anden levering".

Begrundelse

Spørger påtænker at sælge den data, som genereres ved de søgninger, der generes i søgemaskinen, når brugerne foretager prissammenligninger.

Når Spørger herved leverer ydelser i form af data mod vederlag omfattes disse leveringer af momslovens anvendelsesområde, og ydelser er derfor momspligtige.

Der er herved tale om momspligtige transaktioner, som ikke omfattes af nogen af momsfritagelserne i momslovens § 13.

Indstilling

SKAT indstiller, at spørgsmål 3 besvares med "Ja".

Skatterådets afgørelse og begrundelse

Skatterådet tiltræder SKATs indstilling og begrundelse.