

**Tabel 3.7.3 Effektivitetsforbedring ved færre end 30 marketingscentre**

	<i>Yderligere reduktion i årsværk i forhold til 30 centre</i>	<i>Årsværk ved reduceret antal centre</i>
I dag		39
30 centre → 16 centre	5	34
16 centre → 8 centre	4	30
8 centre → 4 centre	4	27
4 centre → 2 centre	3	23
2 centre → 1 center	3	21

Kilde: BCG-analyse

Som det fremgår af tabellen, estimeres det, at en samling af markedsføringsindsatsen i et kundekontaktcenter vil give en samlet årsværkssynergi på 18 årsværk.

I lighed med information og vejledning er det vurderingen, at synergien lettest realiseres, hvis der sker en fysisk samling af medarbejderne, som arbejder med markedsføring. Blandt fordelene ved en fysisk samling er, bedre faglighed gennem specialisering, ensartet indsats overfor virksomheder uanset deres geografiske placering, samt fastholdelse af medarbejdere pga. fagligt miljø. Mod en central placering taler bl.a., at kontakten med resten af organisationen ikke opretholdes. Det kan formentlig afhjælpes ved at placere markedsføringsarbejdet i tilknytning til kundekontaktcentre. En placering ved kundekontaktcentrene vil også have den fordel, at behovene fra skatteydere, som ringer ind, kan indgå direkte i ny og forbedret markedsføring mv.

### 3.7.3 Punktafgifter

Punktafgiftsopgaven omfatter kontrol og administration af ca. 20.000 registreringsforhold fordelt på ca. 32 forskellige punktafgifter og med et samlet provenu på ca. 80 mia. kr. Provenuet er fordelt særdeles ujævnt, idet der er ganske få virksomheder, der bidrager med store beløb, f.eks. benzinselskaberne. Der er ca. 50 ansatte i den direkte kontrol og yderligere ca. 25 ansatte med information og vejledning.

En arbejdsgruppe i ToldSkat har analyseret den fremtidige organisering af punktafgiftsområdet. Følgende fremtidige scenarier er blevet overvejet:

1. Alle 30 skattecentre løser punktafgiftsopgaven med alle pligtkoder
2. Der oprettes 5 kompetencecentre for punktafgifter organiseret efter virksomheder, således hvert center får tilknyttet udvalgte/koncentrerede virksomheder og varetager også disse virksomheders øvrige registreringsforhold på punktafgifter
3. Der oprettes 5 kompetencecentre for punktafgifter for de største selskaber. De enkelte centre har de største virksomheder indenfor specifikke afgifter fx smøreolieafgift. Centrene er således specialiseret i nogle afgiftstype, men håndterer også øvrige afgifter for virksomhederne, således der kun er et kontaktpunkt for virksomheder