



Til

Folketinget - Skatteudvalget

L 50 - Forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven).

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 47 af 21. november 2012. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

Spørgsmål: Ministeren bedes redegøre for konsekvenserne af lovforslaget for hhv. små, mellemstore og store virksomheder, idet det forventes, at de små og mellemstore butikker ikke har råd til at benytte alternative reklameformer som eksempelvis tv-reklamer?

Svar: Jeg har forelagt spørgsmålet for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, som har oplyst følgende:

”Det er klart, at små og mellemstore virksomheder ikke har de samme muligheder for at reklamere for deres virksomhed gennem dyre marketingskanaler.

Det er dog ikke alle marketingskanaler, som er dyrere end de husstandsdelte reklamer. Af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens svar til L 50 - spørgsmål 40 fremgår det, at internetbaserede tjenester ofte er billigere. Desuden har de også den fordel, at de er nemmere at målrette mod de relevante målgrupper.

Da flere af de små og mellemstore detailvirksomheder ikke er landsdækkende, vil det ikke give mening for dem at bruge landsdækkende tv til at kommunikere til deres målgruppe.

Udviklingen i detailhandlen har de seneste år desuden vist, at små- og mellemstore virksomheder inden for f.eks. handel med tøj og sko samt elektronik har taget markedsandele fra de store aktører på markedet. Mange af disse virksomheder har netop nået forbrugerne via internetbaserede tjenester.”

Jeg henholder mig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens svar.