



**ERHVERVS- OG  
VÆKSTMINISTEREN**

22. oktober 2014

**Besvarelse af spørgsmål 849 alm. del stillet af Skatteudvalget den 22. september 2014 efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).**

**ERHVERVS- OG  
VÆKSTMINISTERIET**

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

**Spørgsmål:**

Vil ministeren anmode Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen om en vurdering af reklameafgiftslovens konsekvenser for konkurrencen mellem afgiftsbelagte og ikke-afgiftsbelagte tryksager?

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

evm@evm.dk

www.evm.dk

**Svar:**

Jeg har modtaget følgende vurdering fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, som jeg henholder mig til:

”Markedet for tryksager udgøres i Danmark af en lang række forskellige medier og formater, herunder blandt andet aviser, lokalaviser, ugeblade, telefonbøger og husstandsomdelte reklamer (tilbudsaviser).

Reklameafgiften omhandler de husstandsomdelte reklamer med henblik på at nedbringe mængderne af papiraffald. Der foreligger ikke en nærmere gennemgang af de faktiske markedsforhold på de enkelte markeder i Danmark.

Helt generelt kan det dog anføres, at i det omfang de enkelte virksomheder bag tryksagerne er i konkurrence med hinanden, og de rammes ens af afgiften, ser Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen umiddelbart ingen grund til at tro, at konkurrencen skulle blive forvredet.

Skulle det imidlertid vise sig, at nogle af virksomhederne bag tryksagerne er i konkurrence med hinanden, og at afgiften ikke rammer disse virksomheder ens, kan reklameafgiften potentielt have en konkurrenceforvridende effekt på det pågældende marked.”