

  
**Skatteministeriet**

21. oktober 2014  
J.nr. 14-4308801

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 875 af 23. september 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



### **Spørgsmål**

Det fremgår af Kommissionens afgørelse i sag SA.35683, at "i modsætning til materialer (f.eks. aviser), der leveres mod betaling, kan reklamer, som husholdningerne har indvilget i at modtage, ikke betragtes som et køb." Kan ministeren bekræfte, at forbrugerne ikke frit kan til- eller fravælge, hvilke indstiksreklamer de modtager med deres aviser, og at forbrugerne derfor de facto modtager reklamer, de ikke har bedt om, herunder at forbrugerne med tjenester som "Permission Services" og "NejTak+" faktisk har mulighed for frit at vælge præcis, hvilke reklamer de vil modtage?

### **Svar**

Baggrunden for indførelsen af en afgift på husstandsomdelte reklamer er at nedbringe mængderne af papiraffald til gavn for miljøet. At visse distributionsvirksomheder opretter ordninger, som gør det muligt for husstandene at til- og fravælge visse reklamer ud fra den enkeltes behov og interesser, anses for positivt, da det alt andet lige må bevirke, at færre reklamer husstandsomdeles uden efterfølgende at blive læst.

Jeg henviser i øvrigt til mit svar på spørgsmål 806 af 16. september 2014.