

  
**Skatteministeriet**

17. december 2014  
J.nr. 14-5110114

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 225 af 26. november 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Dennis Flydtkjær (DF).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



## Spørgsmål

Af regeringsgrundlaget fremgår det, at "Regeringen vil undersøge, om der kan etableres en "ja tak til reklamer"-ordning. Det vil betyde, at kun de forbrugere, der aktivt tilkendegiver at ønske reklamer, vil modtage dem. Ordningen er til gavn for både forbrugere, samfundsøkonomien og miljøet." Vil ministeren på baggrund heraf redegøre for de faktiske forskelle for borgerne på den påtænkte ordning og på ordninger, som Post Danmarks provision-service og FK Distributions NejTak+?

## Svar

Jeg har modtaget nedenstående svarbidrag fra Erhvervs- og Vækstministeren, som jeg henholder mig til:

"Den "ja tak til reklamer-ordning", som regeringen har undersøgt mulighederne for at indføre, ville medføre, at alle borgere i udgangspunktet var afskåret fra at modtage uadresserede reklamer, med mindre de selv havde givet aktivt samtykke hertil. Europa-Kommissionen har overfor Erhvervs- og Vækstministeriet tilkendegivet, at ordningen efter Kommissionens opfattelse ville være i strid med EU-retten, da den vil begrænse udenlandske supermarkeds kæder i at reklamere overfor danske forbrugere.

De to ordninger fra Post Danmark og FK Distribution, som spørgsmålet henviser til, er private produkter, som virksomhederne selv har introduceret og selv administrerer. Produkterne giver borgere, der ikke er tilmeldt "reklamer - nej tak", mulighed for at vælge hvilke tilbudsaviser, de ønsker at modtage.

Det er i denne sammenhæng vigtigt at bemærke, at en tilmelding til "reklamer – nej tak" stadig skal respekteres - uanset hvilke produkter og ordninger, som private distributører introducerer."