


Skatteministeriet

27. november 2014
J.nr. 14-4811968

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 80 af 31. oktober 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



Spørgsmål

Vil ministeren i forlængelse af svaret på SAU (2013-14) alm. del – spørgsmål 820 be- eller afkræfte, om han er enig i, at den primære kilde til information om tilbud i butikkerne er husstandsomdelte tilbudsaviser, og at næsten 60 pct. af forbrugerne altid eller som regel læser tilbudsaviser? Der henvises til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens rapport ”Tilbud i den danske dagligvarehandel” fra 2012.

Svar

Med reklameafgiften mindskes mængden af husstandsomdelte reklametryksager til gavn for miljøet.

Udover tilbudsaviser annoncerer butikkerne også gennem fx TV og hjemmesider. Desuden findes de fleste tilbudsaviser også på internettet og i apps, hvor forbrugerne kan få information om butikkernes produkter og udvalg. Informationsniveauet om fx detailhandlens produkter skønnes derfor ikke væsentlig påvirket af indførelsen af reklameafgiften.