



## Skatteministeriet

28. november 2014  
J.nr. 14-58586

Til Folketinget – Skatteudvalget

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 90 af 31. oktober 2014 (alm. del). Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



**Spørgsmål**

Vil ministeren oversende en vurdering af reklameafgiftens effekt på dagligvarepriserne med udgangspunkt i konklusionerne fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens rapport ”tilbud i den danske dagligvarehandel” fra 2012 og herunder inddrage det faktum, at over en tredjedel af forbrugerne i rapporten angiver, at deres valg af dagligvarebutik var påvirket af, at der var bestemte varer på tilbud?

**Svar**

Jeg henviser til svar på spørgsmål S 1823 af 8. september 2014.

Desuden bemærkes det, at selvom mængderne af husstandsomdelte reklametryksager falder, kan varerne stadig være på tilbud, og forbrugerne kan stadig - både gennem husstandsomdelte reklamer og andre reklameformer - være oplyste om, at varerne er på tilbud.