



Skatteministeriet

10. oktober 2014
J.nr. 14-4436077

Til Folketingets Lovsekretariat

Hermed sendes svar på spørgsmål S 7 af 7. oktober 2014, indleveret af Jan E. Jørgensen (V).

Benny Engelbrecht

/ Lene Skov Henningsen



Spørgsmål

Er det ministerens opfattelse, at f.eks. detailhandelen i dag markedsfører sig uden viden om effekten af markedsføringen, idet ministeren i besvarelsen af spørgsmål S 1823 af 8. september 2014 giver udtryk for, at forbrugernes informationsniveau ikke påvirkes væsentligt af færre husstandsomdelte reklamer

Svar

Afgiften på husstandsomdelte reklametryksager har til formål at reducere mængden af husstandsomdelte reklamer for herved at reducere mængden af papiraffald til gavn for miljøet.

Det er ikke kun husstandsomdelte reklamer, der kan bidrage til forbrugernes informationer om virksomhedernes produkter og udvalg. Via fx internet, smartphones og reklamer i andre medier har forbrugerne også adgang til information om virksomhedernes produkter og udvalg.