



Til

Folketinget - Skatteudvalget

L 50 - Forslag til lov om afgift af husstandsomdelte reklamer (reklameafgiftsloven).

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 1 af 2. november 2012. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen (V).

Holger K. Nielsen

/ Lene Skov Henningsen

Spørgsmål: Vil ministeren redegøre for, hvilke konsekvenser lovforslaget vil have på forbrugerpriserne?

Svar: Tilbud og markedsføring er en vigtig del af konkurrencen på det danske marked, og markedsføringen har betydning for prisdannelsen.

For 2010 er det samlede reklameforbrug i Danmark opgjort af Dansk Oplagskontrol til ca. 25 mia. kr. Af det samlede reklameforbrug på ca. 25 mia. kr. udgør omkostninger til husstandsomdelte tryksager ca. 2,8 mia. kr. eller godt 10 pct. af det samlede reklameforbrug.

I forhold til forbrugerpriserne er der flere elementer, der kan påvirke disse. En afgift vil medføre en reduktion af mængden af husstandsomdelte reklamer, som kan påvirke forbrugerpriserne negativt. Reduktionen vil dog alt andet lige ske der, hvor virksomhedernes gevinst ved reklamen er mindre end afgiftens størrelse.

Samtidig kan det forventes, at nedgangen i mængden af husstandsomdelte reklamer vil medføre en forøgelse af reklamemængden i andre medier - herunder it-baserede medier. Dette kan betyde, at gennemsigtigheden på markedet forbliver uændret.

Samlet set er det min vurdering, at det pga. flere modsatrettede forhold er vanskeligt at skønne, hvordan forbrugerpriserne vil blive påvirket af reklameafgiften.

Se også besvarelsen af L 50 – spørgsmål 40.