



Til

Folketinget - Skatteudvalget

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

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 114 af 29. november 2012. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen.

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

Spørgsmål: Ministeren bedes i forlængelse af sit svar på spørgsmål 8 forholde sig til oplysningerne i den rapport, som udvalget har modtaget fra Copenhagen Economics om erfaringerne med en reklameafgift i Østrig og forventningerne i denne rapport til virkningerne af den danske reklameafgift, hvor man i modsætning til i Østrig alene vil lægge afgift på informativ reklame med fokus på pris og mængde og ikke ligeledes vil lægge afgift på imagereklame.

Svar: Som det fremgår af besvarelsen af L 50 – spørgsmål 8, er der ikke grundlag for at sammenligne de resultater, der fremhæves i arbejdet fra Copenhagen Economics om den østrigske reklameafgift med den kommende danske reklameafgift.

I arbejdet fra Copenhagen Economics refereres der til et ikke-publiceret papir fra Ferdinand Rauch ("Adversiting expenditure and consumer prices", London School of Economics, 2011), der analyserer virkningen af en østrigsk reklameafgift. Der er flere grunde til, at de beskrevne erfaringer fra Østrig ikke bør sammenlignes med den foreslåede danske afgift:

- Den østrigske reklameafgift en generel afgift på alle typer af reklamer.
- Afgiften blev indført i 2000, og der er sket meget med annonceringen i digitale medier siden da.
- Analysen er udført på et meget spinkelt grundlag.

Den foreslåede danske reklameafgift er udformet som en afgift på husstandsomdelte reklamer, idet formålet med afgiften er at nedbringe mængden af papiraffald til gavn for miljøet.

Se også besvarelsen af L 50 – spørgsmål 40.