



Til

Folketinget - Skatteudvalget

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

Hermed sendes svar på spørgsmål nr. 64 af 22. november 2012. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Jan E. Jørgensen.

Holger K. Nielsen

/ Lene Henningsen

**Spørgsmål:** Vil ministeren redegøre nærmere for, om ikke en sandsynlig konsekvens af lovforslaget er, at der produceres færre sider, hvilket vil medføre, at de mindst sælgende varer udgår, mens der sker større koncentration af store mærkevareprodukter, hvilket dermed på sigt vil medføre smallere bredde i sortimentet, idet de store mærker kan udkonkurrere de små?

**Svar:** Jeg har forelagt spørgsmålet for Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, som har oplyst følgende:

”Det er ikke utænkeligt, at afgiften vil medføre færre sider i de husstandsomdelte reklamer. Hvis de husstandsomdelte reklamer i fremtiden vil indeholde færre sider, vil det med stor sandsynlighed betyde, at det er de mindre virksomheder, som ikke kan give de samme markedsføringstilskud, der mister pladsen i de husstandsomdelte reklamer.

Det er dog vigtigt at holde sig for øje, at de husstandsomdelte reklamer hovedsageligt bruges til at kommunikere tilbud til forbrugerne og dermed lokke forbrugerne ned i butikkerne. Når forbrugerne først er kommet ned i butikkerne, køber de typisk mange andre varer end de varer, de har set i de husstandsomdelte reklamer.

Store mærkevareproducenter har desuden i mange år givet markedsføringstilskud for at opnå bedre placeringer i både de husstandsomdelte reklamer og ude i butikkerne. Det har dog ikke betydet, at butikkerne har fjernet de mindre producenters varer fra de husstandsomdelte reklamer eller fra butikshylderne.

I takt med at flere forbrugere orienterer sig via andre medier end de husstandsomdelte reklamer, vil de husstandsomdelte reklamer desuden spille en mindre rolle, når det kommer til, hvilke butikker og hvilke varer forbrugerne vælger.”

Jeg henholder mig til Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens svar.