

*Forslag til folketingsbeslutning om returmærkat for reklametryksager.*

Af Birthe Hansen (SF) m.fl.  
(Fremsat 7/2 86).

Forslaget sattes til forhandling.

*Forhandling*

**Industriministeren (Stetter):**

Jeg har forståelse for, at det kan være et iritationsmoment at skulle modtage alle de forskellige former for reklametryksager, som kommer ind gennem vore brevkasser. Det er da også nok rigtigt, at forbrugerne har en forskellig opfattelse af værdien af reklame-tryksagernes budskaber og deres oplysende karakter.

Jeg er bekendt med, at mange forbrugere har klaget til forbrugerombudsmanden over, at de mod deres eget ønske modtager adresseløse reklamer gennem postvæsenet. Forbrugerombudsmanden har derfor også taget stilling til, om der er mulighed for med hjemmel i markedsføringsloven at hindre udsendelse af adresseløse forsendelser til private forbrugere. Efter forbrugerombudsmandens opfattelse er det imidlertid ikke i strid med markedsføringsloven, at firmaer udsender adresseløse forsendelser til private forbrugere, også selv om disse ved skiltning eller på anden måde har frabedt sig modtagelsen af sådanne forsendelser.

Forslagsstillerne anfører, at tryksagerne oftest er skadelige såvel psykisk som økonomisk for forbrugerne. Nu må vi ikke glemme forbrugerombudsmandens mulighed for i medfør af markedsføringsloven at tage stilling til, om en reklametryksag strider mod god markedsføringsskik, og om der i øvrigt i en reklametryksag anvendes urigtige, vildledende eller urimeligt mangelfulde angivelser, som er egnet til at påvirke efterspørgslen efter udbud af varer m.v. Det er min opfattelse, at forbrugerombudsmanden i medfør af markedsføringsloven har gode muligheder for at varetage forbrugernes interesser i de tilfælde, hvor der er tale om skadelige virkninger af psykisk eller økonomisk karakter for forbrugeren.

Forslagsstillerne finder, at der er meget, der taler for et direkte forbud mod disse tryksager. Som forslagsstillerne antyder, er jeg ikke enig med forslagsstillerne i dette

synspunkt, fordi jeg finder, at der også inden for dette felt er et hensyn at tage til den fri konkurrence, og der er vitterlig forbrugere, som studerer disse tryksager med stor interesse, og som anvender oplysningerne i forbindelse med deres indkøb.

Jeg kan heller ikke støtte forslagsstillerne synspunkter om, at der skulle være behov for en generel pligt til at forsyne kommercielle reklametryksager med portofrigjort returneringsmærkat for at give den utilfredse modtager mulighed for at få luft for sin utilfredshed ved at gå ned til postkassen i stedet for at smide tryksagen ulæst i affaldsspanden.

Jeg kan af de nævnte grunde ikke stemme for beslutningsforslaget.

**Svend Andersen (S):**

Fru Tove Lindbo Larsen, der er mit partis ordfører i dette spørgsmål, er på vej til et andet møde, og jeg skal derfor på socialdemokratiets vegne fremføre vores holdning til forslaget.

Vi er enige i de intentioner, der ligger i forslaget om en beskyttelse, om, at man skal tage hensyn til privatlivets fred. Vi kan også godt se, at der ligger et ressourcspild både økonomisk og økologisk i udsendelsen af mange af de reklamer, som kommer, men derfra og så til at forlange, at der skal være en returmærkat med angivelse af, at modtageren skal betale porto'en ved tilbagesendelse, er nok at gå for vidt efter vores opfattelse. Vi tror ikke på, at det vil løse problemet med, at noget bliver smidt ind ad brevsprækken, og vi tror heller ikke på, at det vil løse problemet med, at reklamerne ikke kommer ind ad døren. Måske vil de postkasser, som vi så skal aflevere reklamerne i, gå hen og blive for små, og da jeg ikke kan forestille mig, at det skal gå ud over brevforsendelsen, skal P&T altså til at lave en ny design, som afskaffer de gamle røde postkasser, som vi alle godt kan lide, og jeg troede, den tanke allerede var opgivet.

Vi tror heller ikke på, at problemet med lossepladserne bliver løst. Mængden af reklamer bliver jo lige stor, hvad enten de skal en tur tilbage med postvæsenet eller ej, og hvis vi skal følge tanken om, at det skulle blive dyrere for den, der i første omgang har udsendt reklamerne, er vi bange for, at den ud-