

[Kommunikationsministeren]

Ordningen, som i øvrigt også påtænkes indført i Sverige – dog ikke af det danske postvæsen! – er udarbejdet med det udgangspunkt, at virksomhedernes markedsføringsindsats i stigende grad målrettes. Denne udvikling forventes også at være af betydning for omdelingen af adresseløse forsendelser, hvor virksomhederne primært må antages at være interesseret i omdeling til modtager, som har interesse i forsendelserne. Jeg forudsætter altså, at virksomhederne ikke vil være interesseret i at bekoste udsendelse af reklamer til husstande og kundegrupper, der klart frabeder sig at modtage reklamer. Effekten af reklameindsatsen ville i sådanne tilfælde nok være beskeden, for ikke at sige negativ.

Men ordningen giver altså ikke nogen garanti for, at borgere, der ikke ønsker at modtage adresseløse forsendelser, kan være helt sikre på at slippe for samtlige disse forsendelser. Men jeg vurderer det alligevel sådan, at det ville være en praktisk håndterbar ordning, som ikke giver anledning til så megen diskussion om, hvad der er kommerciel og ikkekommerciel information.

Det er planen, at Post- og Telegrafvæsenet arbejder videre med denne ordning. Og så håber vi ved forhandlinger med de førnævnte brancheorganisationer at kunne opnå en aftale om ensartethed på området, idet der ikke er opnået meget ved blot at overflytte omdelingen af adresseløse forsendelser fra postvæsenet til private distributører.

Må jeg til slut sige, at jeg, hvis en sådan ordning etableres, og hvis forudsætningerne ikke viser sig at holde stik, er indstillet på at genoptage sagen og arbejde for en løsning, hvorefter postloven ændres, så postvæsenet opnår hjemmel til at kunne fravige sin generelle besørgelespligt – og jeg gør opmærksom på, at postvæsenet jo har en besørgelespligt også for så vidt angår adresseløse forsendelser.

Men som jeg allerede har omtalt, er det altså vores opfattelse, at man skal være meget forsigtig med at kriminalisere omdeling af adresseløse forsendelser. De vil som bekendt rumme nok så forskellige budskaber.

Jeg er også betænkelig ved den koordineringsordning for distriktsblade, som er omtalt i lovforslaget, det koordineringsorgan, der skal forhindre, at overlapninger finder sted. Man kan i sidste ende ikke se bort fra, at det er ytrin-

ger, vi har med at gøre, og på det punkt har vi altså tradition for at regulere meget lidt.

(Kort bemærkning).

Glønborg (KRF):

Jeg synes bare lige, at jeg vil have lov allerede nu at stille ministeren et enkelt spørgsmål: Hvori består de store administrative problemer, som ministeren henviser til at der skulle være ved den afgiftsordning, som vi har beskrevet? Det var et hovedpunkt i ministerens indlæg, men jeg synes ikke, vi fik en forklaring på, hvori de bestod. For jeg må bare sige, at jeg har ikke kunnet se dem.

Helen Beim (S):

I dette beslutningsforslag har man fra Kristeligt Folkepartis side taget fat på et emne, som rigtig mange mennesker i dette land er optaget af. Jeg har ikke tal på, hvor mange mennesker det drejer sig om, men det er mange, som over for mig igennem de år, jeg har siddet i Folketinget, har udtalt et inderligt ønske om, at vi her fra Folketingets side tog et initiativ for at begrænse den alt for store mængde af reklametryksager, af lokalaviser, tilbudsaviser m.m., som året rundt ligger enten inden for hoveddøren eller i postkasserne.

Jyllands-Posten foretog for en del år siden en større og grundig undersøgelse af folks holdning til de gratis tryksager. Meningsmålingen viste med al ønskelig tydelighed, at med den stadig større og større strøm af publikationer er opmærksomheden over for den enkelte tryksag blevet tilsvarende mindre og mindre. Det er ikke så underligt, for man dynges jo til, som nævnt, i materialer hver eneste dag.

Vi synes, det er lykkedes for Kristeligt Folkeparti med dette beslutningsforslag på en ganske udmærket måde at få nævnt de mange forskellige områder, som man skal overveje, og som man skal tage fat på ved en fremtidig lovgivning inden for området.

Kommunikationsministeren nævnte for et øjeblik siden, at krumtappen i dette beslutningsforslag er dels et afgiftssystem, dels retten til at sige nej tak til at modtage reklamer. Jeg tror, det er væsentligt, at man i det kommende arbejde tager disse to krumtapper med i lovgivningsarbejdet.

Vi synes, det er godt, at man i beslutningsforslaget siger, at man vil diskutere problemerne