

**[Sterup]**

alle disse reklametryksager og disse lokalaviser, men man kan nok ikke gå ud fra, at de, der sender dem ud, er så hovedløse, at der ikke også er en vis basis for det, at der rent faktisk er mange mennesker, der gerne vil have det. Og hvem skal lave den sondring? Det synes jeg også er et lidt åbent spørgsmål. Hvem vil påtage sig at sige, hvad der er vigtigt, og hvad der ikke er vigtigt?

Det Konservative Folkeparti har langt mere sympati for den anden del af forslaget, som i realiteten kunne løse problemet. Det fremgik jo i virkeligheden også af det indlæg, kommunikationsministeren startede denne debat med, at kan man få det til at fungere – altså den enkelte nej tak til at modtage reklametryksager og distriktsaviser osv. – så er problemet jo i realiteten løst. Og så er det løst uden formynderi og uden bureaukrati, men ved, at den enkelte selv har truffet sit valg. Og hvis det kan finde sin løsning efter de retningslinjer, er det i hvert fald helt i overensstemmelse med konservativ politik.

**Birthe Hansen (SF):**

Det overordnede formål, at reducere mængden af reklametryksager sådan, at det bliver omkring halvdelen af det skønnede forbrug i 1989, kan vi bestemt ikke være imod i SF.

For 2 år siden fremsatte vi et forslag, og jeg vil da godt benytte lejligheden nu til at takke kommunikationsministeren. Det har åbenbart båret frugt, selv om det har været 2 år undervejs. Jeg vil godt sige, at vi rent faktisk havde mistet tålmodigheden både i SF og blandt forbrugerne og derfor har fremsat et forslag, som er en ændring i markedsføringsloven. Men jeg skal ikke snakke om vores forslag nu; det kan jeg vende tilbage til senere.

Men jeg vil godt sige til Kristeligt Folkeparti, at vi som sagt er enige med dem i det overordnede formål. Men så opstiller de to rækker punkter, hvoraf det ene, I, nr. 1-6, indeholder noget om afgifter. Det er afgifter, som skal tjene til at opfylde formålet, og dér er vi altså ikke helt enige, for vi tror, nøjagtig som den konservative ordfører og kommunikationsministeren gav udtryk for, at det ender med meget mere bureaukrati og meget mere kontrol på en måde, som jeg ikke tror Kristeligt Folkeparti har tilset. Men det bliver desværre, tror jeg, resultatet.

Der kan også blive et andet resultat, og det kunne jeg så forstå på kommunikationsministeren ville være en fordel for statskassen, idet man fik nogle afgifter, som kunne komme ned i det store hul. Men for mig at se vil de afgifter, som Kristeligt Folkeparti foreslår, ende med at blive lagt oven på varens pris, og det vil sige, at det i realiteten vil blive forbrugerne, der kommer til at betale denne afgift, og det er det samme som en indirekte skat til staten. Det er vi 100 pct. imod. Det vil vi slet, slet ikke være med til, og der lå heller ikke noget af den slags i vores forslag i sin tid.

I den anden række, nemlig punkterne II-VI, ser vi en række forslag og påbud om, hvordan den enkelte kan fritages for at blive påduttet disse intetsigende reklametryksager, og det vil vi, som jeg sagde tidligere, selvfølgelig meget, meget gerne være med til.

Men når man foreslår det som en ændring af postloven, så er vi jo rent faktisk dér, hvor vi var for 2 år siden, bortset fra det arbejde, der er pågået i mellemtiden med redegørelser fra embedsmandsudvalg, med forhandlinger imellem kommunikationsministeren, P&T og de private distributører. Og det ser ud til, også som jeg kunne høre på kommunikationsministeren i dag, at der er ret lange udsigter til, hvornår man kan komme til et resultat her, fordi der hele tiden vil opstå nye vanskeligheder undervejs.

Derfor vil jeg godt sige lidt om det forslag, vi vil komme med, som bare indebærer noget så simpelt som en ændring i markedsføringsloven, således at forbrugernes ret til at blive respekteret som nej tak-sigere til disse reklametryksager bliver gennemført. Vi tror, det kan gøres meget enkelt og meget hurtigt ved denne ændring i markedsføringsloven.

Men som jeg sagde tidligere, vil jeg godt gentage over for hr. Glønborg, at vi selvsagt er positive over for formålet i dette forslag, og vi har også – det vil jeg godt nævne både for hr. Glønborg og for kommunikationsministeren – kunnet konstatere, at to af de store brancheorganisationer inden for detailhandelen også i dag er åbne over for, at det enkelte menneskes ret til at sige nej tak til disse reklamer bliver respekteret.

Alt i alt er der da sket noget, og vi håber så, at det måske sker lidt hurtigere end med dette forslag. Vi kan måske sige det på den måde, at når vores forslag har været til første behandling, kan vi måske sammen nå til ét resultat inden for en overskuelig fremtid til gavn for forbrugerne.