

[Leif Hermann]

valget eller Retsudvalget, alt efter hvor meget justitsministeren har at gøre med den – men at den over for offentligheden klart tilkendegiver, at regeringen og miljøministeren har en ganske betydelig og afgørende interesse i at få sagen ud til en bred folkelig debat og få en tilbagemelding om, hvorvidt det flytter nogle sten i forholdet mellem befolkningen og de virksomheder, der er tale om.

Ministeren afviser efteruddannelsen under henvisning til, at der jo er tale om folkevalgte medlemmer, og at disse medlemmer formodes at repræsentere en eller anden form for folkelig opfattelse af problemet inden for det område, hvor de er valgt. Det går udvalgets forslag nu ikke på. Udvalgets forslag går på efteruddannelse af de ansatte i kommuner og amtskommuner, og jeg mener, at for så vidt angår forståelsen af de problemer, som både oplægget til hele diskussionen, nemlig publikationen »Er det farligt, hr. minister?«, og Risikoudvalget betoner, sammenholdt med konferencen i maj 1988 om de samme emner, spiller den folkelige bekymring for, hvad der kan ske, en lige så stor rolle i risikovurderingen som andre aspekter. Dette kan meget vel være et uddannelsesmæssigt problem, for i kommuner og amtskommuner drejer det sig jo hyppigt om folk med en teknisk eller administrativ uddannelse, som ikke har nogen særlige forudsætninger for at vurdere de psykologiske og sociologiske problemer, der ligger bag befolkningens angst for disse virksomheder.

Jeg skal så afslutningsvis – for jeg skal ikke forlænge debatten voldsomt – sige tak til Socialdemokratiets og Kristeligt Folkepartis ordførere for positive indlæg og sige til ordførerne for de borgerlige partier og Fremskridtspartiet, at jeg ikke er overrasket over, at man afviser det under henvisning til, at regeringen gør noget. Jeg kunne dog godt have ønsket mig en noget mere præcis vurdering af den folkelige bekymring, der er knyttet til risikovurderingen, i stedet for – sådan som Fremskridtspartiets ordfører gjorde det – nærmest at henvise den til at være udslag af almindeligt hysteri.

Jeg tror, det er afgørende og på tide, at man nu begynder at tage den folkelige bekymring på området langt mere alvorligt, end de borgerlige ordførere gjorde det.

Hermed sluttede forhandlingen.

Afstemning

Forslagets overgang til anden (sidste) behandling
vedtoges uden afstemning.

Tredje næstformand (Povl Brøndsted):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Miljø- og Planlægningsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Den sidste sag på dagsordenen var:

6) Første behandling af beslutningsforslag nr. B 56:

Forslag til folketingsbeslutning om reduktion af mængden af reklametryksager.

Af Glønborg (KRF) m.fl.
(Fremsat 31/1 90).

Forslaget sattes til forhandling.

Forhandling

Kommunikationsministeren (Torben Rechen-dorff):

Kristeligt Folkepartis forslag sigter mod en halvering af mængden af reklametryksager, hovedsagelig gennem en række lovgivningsmæssige initiativer:

For det første afgiftsbelægning af masseomdelte reklametryksager; for det andet ændring af postloven, sådan at den enkelte postmodtager ved hjælp af særlig skiltning får mulighed for at frabede sig levering af reklametryksager; for det tredje påbud om særlig mærkning af adresserede forsendelser, der hovedsagelig indeholder ikkebestilt reklame, som det hedder, så postvæsenet kan undlade levering heraf, hvis postmodtageren ønsker det; og for det fjerde alment forbud mod at levere reklametryksager til postmodtagere, der gennem særlig mærkning frabeder sig dette. Det er de fire elementer i forslaget.

Lad mig først sige til Kristeligt Folkeparti, at regeringen er sympatisk indstillet over for en række af de motiver, der ligger til grund for forslaget, men at den konkrete udformning efter min opfattelse harmonerer mindre godt med

[Kommunikationsministeren]

regeringens bestræbelser for at føre en politik, der er præget af afbureaukratisering.

Som jeg læser forslaget, kan det opdeles i to hoveddele, en afgiftsdel og en distributionsdel. Hvad angår afgifterne, er regeringen åben for en drøftelse af mulighederne for ad denne vej at reducere mængden af reklametryksager. Hermed kunne vigtige miljøhensyn tilgodeses, samtidig med at de nok så omtalte statsfinansier kunne styrkes.

Men regeringen kan ikke umiddelbart tilslutte sig den foreslåede udformning af en sådan afgift. Det er min opfattelse, at det vil være forbundet med betydelige administrationsproblemer at opkræve afgifter på denne facon. Regeringen vil imidlertid ikke udelukke, at afgifterne vil kunne udformes på en anden og administrativt væsentlig enklere måde, hvilket til gengæld må være en absolut forudsætning.

Hvad angår de virkemidler, der indgår i forslaget vedrørende reguleringen af omdelingen af reklametryksager, stemmer de også dårligt med regeringens erklærede målsætning om afbureaukratisering og regelforenkligning. De forbud og påbud, som beslutningsforslaget omtaler, vil efter vores opfattelse øge lovmængden, samtidig med at administrationen af en sådan særlovgivning må forventes at forøge mængden af administrative procedurer. Særlig uheldigt er forslaget om mærkning af adresserede forsendelser, hvis hovedindhold er, som det hedder, ikkebestilt reklame. Hvordan mon sådan en ordning skulle håndhæves?

Regeringen er enig med forslagsstillerne i, at der bør indføres en ordning, hvorefter postmodtagerne får mulighed for at frasige sig levering af adresseløse forsendelser, og det er vel også hovedsigtet med forslaget. Det er imidlertid efter regeringens opfattelse en forudsætning for gennemførelsen af en sådan ordning, at den ikke medfører yderligere forbudslovgivning, og at den kan administreres på en forholdsvis enkel måde. Problemstillingen er ikke ny, den har været overvejet i flere år, og der har endog været nedsat en embedsmandsgruppe, som i fjor afgav en redegørelse. Med denne som udgangspunkt har postvæsenet ført forhandlinger med de private distributørers brancheorganisationer om en fælles ordning, der skal gøre det muligt at sige nej tak til reklamer.

På baggrund af embedsmandsgruppens arbejde gav jeg tilsagn om at søge hjemmel til at

fravige postvæsenets generelle befordringspligt for så vidt angår adresseløse forsendelser gennem en ændring af postloven under forudsætning af, at der kunne indgås en sådan fælles aftale med de private distributører. Det har imidlertid indtil dette øjeblik vist sig vanskeligt at opnå enighed om en sådan ordning. Det beror naturligvis bl.a. på, at distriktsblade i kraft af aftaler med amter og kommuner har en informationsopgave over for lokalsamfundene, hvorfor det bliver fremført, at information af den art bør være 100 pct. dækkende.

Jeg vil også i den forbindelse pege på, at de såkaldte distriktsblade jo dækker over et større spektrum. Der er eksempelvis lokalblade med lokalstof, der er kirkeblade og lignende publikationer, og endvidere findes der distriktsblade, der til forveksling minder om egentlige reklametryksager. Iværksættelse af en ordning, hvor distriktsblade ikke er omfattet af et sådant nej tak-skilt, for det kunne man jo godt forestille sig, vil derfor medføre, at der vil ske en vis overførsel fra reklametryksager til distriktsblade. Den problemstilling har været medvirkende årsag til, at drøftelserne med de private distributørers organisationer har taget forholdsvis lang tid.

Ud over forhandlinger med brancheorganisationerne har spørgsmålet været drøftet med Kommunernes Landsforening med henblik på at klarlægge distriktsbladenes rolle i den kommunale informationsvirksomhed over for borgerne og med udgangspunkt heri prøve at etablere en ordning, hvorefter kommunerne fastsætter retningslinier for, hvilke tryksager der kan kategoriseres som kommerciel, henholdsvis ikkekommerciel information.

Jeg vil gerne understrege, at disse drøftelser med KL er på et meget foreløbigt stade, og at det derfor er for tidligt at komme med forudsigelser om resultatet af drøftelserne.

Men i lyset af disse problemområder arbejdes der i P&T på at udvikle en administrativ ordning, som er mindre vidtgående, og som ikke kræver ændring af postloven og derfor vil kunne iværksættes enklere og hurtigere end en lovløsning. I ordningen indgår bl.a., at postvæsenet udvider sit tilbud til kunderne sådan, at afsenderen afgør, om en forsendelse ønskes omdelt til samtlige husstande, eller om forsendelsen skal undtages for omdeling til de husstande, der med nej tak-skiltet frabeder sig levering af adresseløse forsendelser.

[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 modtagere, 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

[Helen Beim]

fordersmrit, og at formålet med beslutningsforslaget er, at man vil komme det enorme ressourcespil til livs, som foregår dag ud og dag ind. Der er foretaget beregninger, som viser, at den samlede ressource, der anvendes her i landet til dette formål, er 1,4 mia. kr. Det er gevaldigt mange penge, og omregnet for den enkelte svarer det jo til omkring 600 kr. pr. husstand om året eller i gennemsnit næsten et par kroner om dagen.

Enhver kan se, at der må nogle initiativer til for at begrænse dette enorme ressourcespild, og vi er derfor i Socialdemokratiet godt tilfredse med, at man med dette forslag nu tager hul på en grundig og omfattende diskussion af, hvordan man kan udarbejde en lovgivning.

Der er en detalje i beslutningsforslaget, som jeg har lyst til at omtale lidt mere grundigt. I beslutningsforslaget er det særskilt nævnt, at man for lokalavisernes vedkommende måske skal finde nogle særlige ordninger. Jeg er overbevist om, at når der er få lokalaviser i et område, så er lokalavisen et meget værdifuldt supplement og bidrag til den debat, som naturligvis må foregå i det pågældende område, men når man som jeg modtager seks omfangsrige lokalaviser om ugen, så kan man vel sige sig selv, at det næsten er blevet for voldsomt.

Det er undertiden blevet fremhævet i debatten, at det stort set er umuligt at lave lovgivning inden for området. Det håber jeg så sandelig ikke er rigtigt, men det er sikkert, at man skal begynde et sted, og derfor hilser vi fra Socialdemokratiets side dette initiativ velkommen. Vi går ikke rundt og forestiller os, at det er umiddelbart nemt at udarbejde denne lovgivning, men lad os nu se, om vi ikke i fællesskab ved et grundigt udvalgsarbejde kan få lagt nogle hovedretningslinjer for den kommende lov på området.

At befolkningen vil se det som en meget nyttig lovgivning, derom er jeg ikke spor i tvivl, og derfor vil jeg slutte af med at sige, at vi fra Socialdemokratiets side vil medvirke i udvalgsarbejdet på en sådan måde, at lovgivningen kan starte jo før, jo bedre.

Sterup (KF):

Der er ikke tvivl om, at det – som andre også har været inde på – er en væsentlig problemstilling, Kristeligt Folkeparti beskæftiger sig med i dette beslutningsforslag. Det er klart, at den

overvældende mængde af reklametryksager er et irritationsmoment for mange i det daglige, når man knap nok kan få hoveddøren op for alt det, der ligger inde bag brevsprækken. Dertil kommer så – det er måske ikke det, der først og fremmest irriterer folk i det daglige – det mere overordnede ressourcespild ved de kæmpe-mæssige papirmængder, som også er påpeget. Det sidste er nu noget af en stor opgave at påtage sig, hvis man vil begrænse overforbrug af papir i samfundet; men ét sted skal man jo starte, og så kan man selvfølgelig godt starte her, hvis det ellers kan lade sig gøre at finde en ordening, der kan praktiseres.

Kristeligt Folkeparti forsøger i beslutningsforslaget at løse problemet. Når man prøver at løse sådan et problem, ender det jo ofte med, at løsningen bliver en lille smule formynderisk og måske også en lille smule bureaukratisk, og det synes jeg også er sket for Kristeligt Folkeparti, selv om jeg er overbevist om, at hensigten har været god nok, og stadig væk også synes, at vi skal arbejde med dette. Det er også Det Konservative Folkepartis opfattelse.

Nu var hr. Glønborg oppe med en kort bemærkning og efterlyste nogle konkrete eksempler, og det er selvfølgelig en vurderingssag. Det er ikke mig, der skal svare på det, men jeg havde skrevet det op som et punkt i det, jeg ville sige om det bureaukratiske. Der står godt nok 3–4 gange i forslaget, at det er nemt at administrere, men jeg synes ikke, det virker helt overbevisende; der er nogle sondringer også i forslaget. Det karakteriserer jo dette beslutningsforslag – og det er jo positivt – at det er meget åbent. Forslagsstillerne er selv klar over, at der er nogle vanskelige sondringer, der skal gøres, hvis man skal indføre denne afgift på reklametryksager og andet, der kommer uden adressat.

Man gennemgår også, hvordan man skal forholde sig, hvis man vil sende noget ud, og dér synes jeg også, de forretningsgange der skildres i forslaget, virker en lille smule udviklede og bureaukratiske. Hertil kommer, at nogle så skal afgøre – hvis nu man følger tankegangen i forslaget – hvilke tryksager der skal pålægges afgift, og hvilke der ikke skal pålægges afgift. Og dér kommer vi ind på det lidt formynderiske, for hvem vil påtage sig at afgøre, hvad folk har behov for, og hvad der er nyttigt for folk at få?

Nu tager man udgangspunkt i denne diskussion i, at mange mennesker er irriteret over at få

[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.

Mejdahl (V):

Da mit partis ordfører, fru Hanne Severinsen, ikke har mulighed for at være her, skal jeg give udtryk for Venstres synspunkter.

Kristeligt Folkepartis beslutningsforslag til sigter en reduktion af mængden af reklametryksager. Det er vel en almindelig antagelse, at kun halvdelen af al reklame virker efter hensigten, men der er endnu ingen, der har kunnet klarlægge, hvilken halvdel det er, der virker, og det har Kristeligt Folkeparti af forståelige grunde heller ikke kunnet afklare. Og det er vel denne omstændighed, der er årsag til, at vi får så mange reklametryksager ind ad døren, som tilfældet er.

Reklamer er til irritation for nogle, men de samme reklamer er til glæde for andre. Sådan tror jeg det forholder sig. Derfor ser vi positivt på en nærmere undersøgelse af muligheden for, at postmodtagere under en eller anden form kan frasige sig leveringen af adresseløse forsendelser. Men jeg vil godt understrege, at vi lægger vægt på, at det sker uden forbudslovgivning og uden et stort administrativt apparat.

Vi er derimod meget skeptiske over for beslutningsforslagets afgiftsbestemmelser og øvrige bestemmelser og for at sige det ligeud: Vi er faktisk imod, som det foreligger på nuværende tidspunkt, med den baggrundsviden, vi har. Det er der flere årsager til. Der er de administrative besværligheder, og jeg tror, de er mange. Det er bureaukratisk, og det trækker i modsat retning af det, som egentlig er regeringens og dermed også Venstres hensigter med lovgivningen.

Distriktsbladene synes jeg ikke vi kan undvære. De beforder bl.a. en lang række offentlige annoncer, som vi er afhængige af kommer ud. Reklamer er vel dybest set også forbrugerpålysende og dermed også forbrugervenlige; de oplyser om priser eksempelvis. Og mon ikke også reklametryksagerne er aftagende? Det har jeg ganske vist ingen dokumentation for, men mon ikke de er aftagende i takt med, at de elektroniske medier kan bringe reklamer?

Endelig vil jeg godt anføre, at vi nærer frygt for, at vi med beslutningsforslaget måske i særlig grad vil ramme de mindre og måske også de mindrebedemlede virksomheder og organisationer.

Jeg vil også minde om, at den indsamlingsordning, som er iværksat her pr. 1. januar i år,

sikrer, at også reklametryksager går ind i genanvendelsen, i hvert fald i et vist og i et større omfang end tidligere.

Til slut vil jeg minde om, uden på nogen måde at overse Kristeligt Folkepartis reelle hensigter, at vi skal glæde os over friheden til fri konkurrence og også friheden til frit at kunne reklamere for vore produkter.

Ernst B. Schmidt (FP):

Det foreliggende forslag omhandler et problem, som ikke er nyt. Det er jo noget, der har været drøftet både på den ene og den anden led, både med hensyn til postvæsenet og i forbindelse med reklamer og forbrug af papir.

Nu hedder forslaget forslag til folketingsbeslutning om reduktion af mængden af reklametryksager. Der må jeg da nok sige, at det mest effektive jo nok ville være helt og holdent at gå over til tv-reklamer. Så havde man ikke det problem mere, og så kunne man måske oven i købet få lidt bedre og flere udsendelser i dansk tv. Men det er selvfølgelig også et politisk spørgsmål.

Men lad mig sige, at det at lægge afgift på reklametryksager må være direkte erhvervsfjendsk. Man kan selvfølgelig diskutere berettigelsen af at sende reklamer ud. Der bliver sendt reklamer ud for at gøre befolkningen opmærksom på de tilbud, der er på de forskellige områder, og det interesserer forskellige i forskelligt omfang. Det er meget vigtigt, at der er en del mennesker, der siger: Vi vil gerne være fri for reklametryksager, i hvert tilfælde dem, der ikke interesserer os – det være sig symaskiner eller varmepuder, eller hvad det kan være. Så er man måske interesseret i nye biler. Derfor er det et meget vanskeligt problem at finde ud af, hvad der er berettiget reklame og ikkeberettiget reklame.

Jeg mener, det er erhvervslivets ret at sende reklamer ud, og jeg mener, det må være helt ved siden af, hvis man først vil begynde at kriminalisere det at putte noget ind ad folks brevkasser. Så skal man i hvert tilfælde også til at spekulere på, hvad der så sker. Så vil det blive kuverteret, og så vil man finde forskel på et almindeligt brev og et andet brev, osv. osv.

Nej, dette forslag minder mig om en gang pop. Det lyder meget smukt, men det er urealistisk at gennemføre. Jeg kan også sige, at vi i Fremskridtspartiet har besluttet os til, at vi ikke vil medvirke til, at det bliver vedtaget.

Marianne Jelled (RV):

I Det Radikale Venstre synes vi, det er positivt, at Kristeligt Folkeparti tager denne sag op igen, for det er som bekendt ikke lykkedes at finde en løsning på problemet, som har været drøftet adskillige gange i Folketinget. Der er meget stor irritation hos store dele af befolkningen – i hvert fald hvis man skal tro på udsagn i pressen, og det skal man jo nogle gange – over den mængde af forskelligartet mere eller mindre uvedkommende materiale, der kommer ind til den enkelte, i al fald uvedkommende for mange. Og der er selvfølgelig også god grund til at se på hele miljøsiden, ressourceforbrugssiden, af dette problemområde.

Kristeligt Folkepartis forslag indeholder to principielle dele: afgifter og nej tak-mærkning. I Det Radikale Venstre vil vi gerne forholde os åbne over for afgiftstanken; i hvert fald kan den undersøges, og vi vil ikke afvise den på forhånd. Den anden del, nej tak-mærkningen, det lyder enkelt, det sagde jeg også, da vi behandlede et forslag fra SF i en tidligere folketingssamling, men vi er i Det Radikale Venstre dybt interesseret i at finde en løsning på dette problem. Jeg skal ikke nævne alle de mere komplicerede problemer, der trods alt er, men bare henvise til kommunikationsministerens svar, som jeg helt og fuldt kan tilslutte mig.

Som sagt vil vi gerne fra radikal side medvirke til at finde en løsning, også snart. Det kan jo være, at vi, som SF's ordfører sagde, kan finde en løsning ad forskellige veje. Det vil vi heller ikke afvise på forhånd.

Duetoft (CD):

Jeg synes, det er et mageløst forslag. Det gør ikke, at vi støtter det; tværtimod.

Jeg synes, der allerede i dag er kommet nogle synspunkter op i debatten, som egentlig er i modstrid med, hvad der foregår andre steder i Europa. Jeg bryder mig ikke om, at man nu forsøger at opkaste sig til dommer over, hvem der må sende hvad ud, at det, der er godt, kan være gratis, og det, der er skidt, skal der altså lægges afgifter på. Eller når Socialdemokratiets ordfører nu siger, at én lokalavis er nok, men seks er bare for meget.

Det kan da godt være, at seks er for meget. Det kan også godt være, at fem er for meget; det kan også godt være, at to er for meget, for der er måske nogle, der ønsker, at vi skal have et in-

formationsmonopol her. Det er også i denne debat et spørgsmål om retten til at ytre sig, og det synes jeg man ser meget bort fra i diskussionen om en påstået irritation. Folk kan da bare smide det ud. Vi andre kan finde ud af at gå over og lægge det i en skraldespand uden at blive irriteret; så kan de fleste mennesker nok også gøre det. Jeg synes, den side af det er lidt underlig.

Hr. Glønborg spørger: Hvad er administrationsproblemerne? Ja, i første omgang skal hr. Glønborg åbenbart sende en række mennesker til psykiater, for hr. Glønborg skal jo finde ud af, om de pågældende nu gør tingene af god vilje eller for at gøre gode gerninger eller de pågældende har onde hensigter og vil tjene penge på tingene. For hvis nu en tryksag, som det jo er nævnt i forslaget, handler om Søsportens Sikkerhedsråd og de anbefaler en speciel redningsvest, så er den jo gratis, men hvis det pågældende firma sender nøjagtig den samme tryksag ud med besked om, at »vores vest er den bedste«, så skal der være afgift på den.

Jeg synes, hr. Glønborg, at det i sig selv er en meget stort spørgsmål, hvor denne afgrænsning er. Og vi er altså ikke enige i dette med, at det er ondt at tjene penge. Jeg tror også, mange postbude ville være kede af det.

Endelig har Fremskridtspartiets ordfører jo ret, når ordføreren siger, at alle de undersøgelser, der var, før vi fik TV 2 med reklamer, jo gik på, at det netop var dette marked, der ville blive skåret ned som følge af indførelsen af reklamer i tv, og derfor kan jeg også til kommunikationsministeren fortælle, at når vi på fredag mødes i anden sammenhæng, så vil ét af vore bud på løsning af dette problem være, at vi skal have flere reklamer i TV 2.

Til sidst vil jeg godt sige, at nu er Kristeligt Folkeparti jo den sociale garant i Folketinget, nu er Kristeligt Folkeparti jo det parti, der altid har talt børnefamiliernes sag og de svages sag, og vi har jo altid alle sammen både været rorte over og glade for, at Kristeligt Folkeparti har påtaget sig denne tunge opgave, men netop derfor undrer det os, at Kristeligt Folkeparti kommer med et forslag, der i den grad er socialt, som dette forslag er. For hvem er det, der har brug for de tilbud? Hvem er det, der ikke har tid til at ståse rundt og finde ud af, hvor tingene er billige? Ja, det er netop børnefamilierne og de dårligst stillede, der arbejder alt for læn-

[Duetoft]

ge. Det er dem, man vil ramme ved ikke at give mulighed for at reklamere eller pålægge det at gøre det nogle voldsomme udgifter.

Jeg synes, hr. Glønborg, at den sociale garant har svigtet lidt i denne sag. Men det er måske bedre at være grøn end at være social.

Glønborg (KRF):

Først vil jeg da gerne takke for de pæne ord, der er sagt om intentionerne i vores forslag.

Bortset fra Fremskridtspartiet og Centrum-Demokraterne har alle partier jo udtrykt en vis sympati for tanken, og derfor vil jeg egentlig godt starte med at henvende mig til ordførerne for netop disse to næsten identiske partier for lige at rette nogle helt klare og tydelige misforståelser hos både hr. Ernst B. Schmidt og hr. Duetoft.

Hr. Ernst B. Schmidt siger, at vi vil lægge afgift på reklametryksager. Det er en sjusket gennemlæsning af vort forslag, når man siger sådan noget sludder. Forslaget indebærer ikke en generel afgift på reklametryksager. Det indebærer en generel afgift på unødvendigt uddelte ressourcespildstryksager, nemlig dem, man bare deler ud i flæng uden at spekulere på, om folk vil have dem eller bruge dem. Det er masseomdelte reklametryksager.

Vi afskriver ikke på nogen som helst måde muligheden for, at man kan lave grundige, oplysende, informerende reklametryksager og give dem til alle dem, der gerne vil have dem, fordi de vil bruge dem til noget. Det er totalt afgiftsfrit efter vores forslag.

Og så taler hr. Ernst B. Schmidt om anslag mod retten til at sende reklamer ud. Jamen der er stadig væk ret for hvem som helst til at sende hvad som helst ud. Der er ikke noget som helst forbud imod at sende ud, men det koster noget, hvis man bare deler ud i flæng. Og så bliver det selvfølgelig forbudt direkte at påtvinge mennesker, som har tilkendegivet, at de ikke vil have dem, reklametryksager.

Jeg må nok sige, at jeg er skuffet, men efterhånden ikke overrasket over hr. Duetofts populistiske måde at tage stilling til et seriøst forslag på. At snakke om informationsmonopol og psykiaterhenvendelser og om, at det er asocialt – jeg forstår ikke, at hr. Duetoft kan få sig selv til at komme med sådan en gang vås i forbindelse med dette her. Det har jo intet med det foreliggende forslag at gøre. Der er overhovedet ik-

ke tale om at stille sig til dommer over, hvem der må sende ud.

Kun på ét punkt synes jeg hr. Duetoft sagde noget fornuftigt. Det var, at måske kunne det her føre til, at nogle flere reklamer blev overført til tv-mediet og for øvrigt også til radiomediet. Og så må vi da sige, at ud fra en miljømæssig betragtning – og dette er først og fremmest et miljømæssigt forslag – er det da bare i orden; det er netop udmærket. Så bliver det en sidegevinst, at vi får den form for reklamer, som netop ikke giver miljøsvineri, frem for alle de papirreklamer, og det vil jeg ikke have noget som helst at indvende imod. Så der er måske et enkelt punkt, hvor vi kan blive en lille smule enige.

Jeg vil gerne have lov til uforbeholdent og uden ekstra bemærkninger at sige Socialdemokratiet hjertelig tak for det klare løfte om et samarbejde og den tilslutning, vi har fået. Jeg håber, vi kan få noget ud af det.

Til ministeren og regeringspartiernes ordførere og et par stykker mere vil jeg gerne sige, at jeg stadig væk ikke har fået noget som helst konkret om, hvori de administrative besværligheder ved vores afgiftsforslag ligger. Det er slynget ud den ene gang efter den anden heroppefra, at det er bureaukratisk, og at det strider imod princippet om, at vi skal afbureaukratisere og forenkle osv.

Jeg skal – ikke her i dag, men det kan jeg jo så gøre i udvalget – forklare meget enkelt, klart og tydeligt, hvordan man får denne afgift ind. Der er netop ikke tale om at opkræve en afgift, for når vi skal opkræve afgifter, så begynder besværlighederne at komme, så er der et væsen, der skal ud at finde ud af, hvem der skal betale. Nej, her er tale om at indkassere en afgift.

Jeg havde nær sagt – undskyld mig udtrykket – at fidusen i det her ganske enkelt er, at den lovbestemmelse, vi skriver, omfatter retten til at dele ud eller forbudet imod at dele ud. Enhver, som vil gå ind på det område, får besværet med at beslutte sig til, om man nu vil trykke så og så meget til masseuddeling eller man vil trykke så og så meget til uddeling til dem, der gerne vil have det, altså om man vil lave bestilt uddeling eller ta' selv-uddeling.

Men myndighederne har ikke noget som helst besvær med det her, for det eneste, myndighederne skal gøre, er at udlevere et blanket-sæt og lige skrive op, hvem der har fået det med det nummer på. Og den dag reklametryksagen,

[Glønborg]

som skal afgiftsbelægges, er fremstillet, har myndigheden ikke noget som helst andet at gøre administrationsmæssigt end at tage imod det beløb, som bliver indbetalt. Hvordan i alverdens riger og lande kan man påstå, at det er bureaukratisk og vanskeligt at administrere? Der er nul administration i det. Det er kun at tage imod.

Så kan man sige, at naturligvis bliver der et kontrolarbejde. Jamen det er der jo med masser af de bestemmelser, vi har om afgifter. Der skal foretages en vis kontrol. Men jeg er meget, meget sikker på, at toldvæsenet har en vældig erfaring i, hvor det kan betale sig at kontrollere, så det kan det gøre efter behov. Men det kan man ikke kalde administration, og det kan man ikke kalde bureaukrati. Det er et spørgsmål om at lave fornuftigt toldarbejde.

Og så tror jeg, at både ministeren og en række af ordførerne totalt har overset, at her er et tilfælde, hvor man har en række særdeles bevidste borgere som medhjælpere i kontrolfunktionen, nemlig alle dem, der er irriterede over at få alle de unødvendige reklametryksager, som de gerne vil frabede sig. Der er ikke nogen som helst tvivl om, at de nok skal reagere og give toldvæsenet besked, hvis de får nogle tryksager uden nummer på, uden at de har bedt om dem. Det er lige bestemt det, sagen drejer sig om.

Det er den ene måde, som der kunne tænkes at blive begået overtrædelser på. Det er altså at masseomdele reklametryksager uden nummer. Men vi har altså borgerne med os i den sag. Den anden er altså at fuppe med mængden og angive forkert vægtmængde. Men dér er det, jeg siger, at det er toldvæsenet ganske godt inde i, og det har i forvejen god indsigt via moms-kontrolloven, så det kan det godt finde ud af. Og skulle der ryge et par kilo på den forkerte side, så er systemet jo ikke væltet af den grund. Det kan udmærket få sin virkning.

Jeg vil gerne sige til SF, at jeg er meget glad for det forslag, som SF har fremsat i dag. Jeg betragter det ganske enkelt som et af de nødvendige forslag, der må komme ud af dette beslutningsforslag, og jeg synes, at det er udmærket, at SF har dokumenteret, at det kan man også godt udmønte i et lovforslag. Det havde egentlig været meget praktisk, om vi havde samarbejdet så meget, at de to forslag havde været til behandling samtidig, for jeg synes, at de simpelt hen hører sammen.

Men jeg vil godt sige til fru Birthe Hansen, at jeg ikke tror, der bliver tale om en fordyrelse af varerne, for jeg tror, fru Birthe Hansen og andre glemmer, at der sandelig bliver en vigtig omkostningsbesparelse for erhvervslivet ved det her. Der er ikke noget, reklamefolk er mere interesseret i end at få deres reklame målrettet til dem, hvor den virker, og det er dem, der gerne vil have den, og det er lige netop det, man kan opnå ved det her. Så i det lange løb bliver der en omkostningsbesparelse.

(Kort bemærkning).

Duetoft (CD):

Jeg er altid fascineret af hr. Glønborg. Nu skal man altså ikke kun vurdere, om der er onde hensigter eller ikke er onde hensigter. Nu skal man også til at vurdere, om folk har tænkt sig om eller ikke har tænkt sig om. For hvis det nu er målrettet nok, fordi man har tænkt over, hvem der skal have de her reklamer, ja, så er man uden for afgifter; men hvis man ikke har tænkt sig om, så skal der altså afgifter på. Jeg synes, det bliver mere og mere fascinerende.

Og så vil jeg bare sige til hr. Glønborg, at jeg synes, han skulle gå hjem og slå op i ordbogen, hvad populistisk betyder. Så vidt jeg ved, er en populist en, der angler efter folkegunst. Men hr. Glønborg og andre har jo her i dag underholdt med, at der faktisk er en meget stor del af befolkningen, der er vred og irriteret og sur over de her reklamer, så det undrer mig lidt, hvordan man kan være populist og tale imod et forbud som det her.

(Kort bemærkning).

Marianne Jelved (RV):

For det første vil jeg omkring al den snak om at flytte reklamer til tv sige, at det betyder jo så, at det kun er de mere velhavende, der får glæde af det. Den lokale brugs har ikke mulighed for at bruge så mange midler til reklame-tv. Den diskussion skal vi jo nok få i en anden sammenhæng, men jeg mener i hvert fald ikke, at det problem er løst bare ved den manøvre. Og man har i hvert fald ikke overbevist Det Radikale Venstre om, at vi skal øge reklameandelen i tv overvældende.

Mit næste punkt er, at når hr. Glønborg afviser diskussionen omkring det komplekse i Kristeligt Folkepartis forslag, så kan vi jo stå her

[Marianne Jelved]

og diskutere længe og skælde hinanden voldsomt ud, men egentlig kan man nøjes med at se på bemærkningerne til Kristeligt Folkepartis forslag. De viser jo, at det ikke er lige ud ad landevejen. Man skal lave eksempelmateriale, og man skal vurdere, om den ene kategori tryksag hører til den anden eller det er blandingskategorier osv.

Jeg afviser ikke, at vi skal snakke om afgifter som en mulighed, men jeg synes ikke, at hr. Glønborg uden videre kan afvise, at enkelt er det ikke.

(Kort bemærkning).

Birthe Hansen (SF):

Det kan godt være, at hr. Glønborgs tro er stærkere end min, men troen på, at producenten villø lade mindskede omkostninger komme forbrugeren til gavn, deler jeg ikke. Derimod er jeg 100 pct. sikker på, at en afgift vil komme forbrugeren til skade.

(Kort bemærkning).

Glønborg (KRF):

Til fru Birthe Hansens sidste bemærkning vil jeg sige, at jeg tror ganske enkelt, at den frie konkurrence klarer, i hvor høj grad besparelser og omkostninger kommer til at ligge på varerne.

Jeg synes, det væsentlige i det her er, at vi kan få en ressourcebesparelse og dermed også en omkostningsbesparelse for erhvervslivet, og det kan vi kun være interesseret i alle sammen. Og så lever vi altså i det frie samfund, hvor man nok skal finde ud af at få priserne så langt ned som muligt for at kunne konkurrere.

Jeg vil da gerne erkende over for fru Marianne Jelved, at lige netop spørgsmålet om afgrænsning kræver et stykke tænkearbejde, men også her er ideen i vores forslag, at det stykke tænkearbejde pålægges man den, som vil sende tryksagen ud. Det er den, der vil sende tryksagen ud, som skal vurdere i første omgang og måle op og finde ud af, hvor mange procent afgift man skal betale. Det giver nul administration og nul bureaukrati hos det offentlige, som skal modtage.

Tolderen, der skal tage imod, kan kaste et blik på tryksagen, som han får afleveret, og sige: Det ser meget rimeligt og fornuftigt ud – godkendt. Det er akkurat på samme måde som

politimanden, der går på vejen og kigger på bilen og siger: Den kører vist med den hastighed, den skal, det er o.k. Så ved man, hvor det er, man en gang imellem skal sætte ind med stikprøvekontroller, med radar osv., og toldereren finder meget hurtigt ud af, hvor han skal have målebåndet frem, og hvor han skal til at læse, hvad det er, der står deri. Men det er almindeligt kontrolarbejde, og det har intet med bureaukrati at gøre.

Kommunikationsministeren (Torben Rechen-dorff):

Jeg har det som adskillige andre, at jeg skal overbevises af Kristeligt Folkeparti på et eller andet tidspunkt om, at dette her ikke er administrativt indviklet. Jeg synes, at når man læser lovforslagets bemærkninger, så får man det indtryk. Men så skal jeg til gengæld sige til hr. Glønborg, at jeg gerne lader mig overbevise om, at det ikke forholder sig sådan.

Men gad vidst, om det egentlig er det, der er det væsentlige. Det væsentlige er vel, at det i dag er kommet til udtryk fra langt de fleste, at nu må vi se, om vi ikke på en nogenlunde afbalanceret måde kan få løst dette problem. Jeg forstår godt fru Birthe Hansens og andres frustrationer over, at nu har man talt om det rigtigt længe, og mon ikke tidspunktet er ved at komme, hvor vi skulle se at få det løst?

I den forbindelse har jeg lyst til at gøre opmærksom på, at så vidt jeg kan se, så er der kun to løsninger på problemet. Jeg synes, at man har overset i debatten, at sådan som det er i dag, har postvæsenet jo pligt – jeg understreger: pligt – til at udbringe de produkter, som kunderne beder om at få bragt ud, hvad enten det er et hastebrev eller en adresseløs forsendelse, og hvis en kunde bestiller en adresseløs forsendelse, så er det til samtlige husstande.

Derfor er der, så vidt jeg kan se, kun to veje ud af det problem, som nogle åbenbart har, at de modtager for mange reklametryksager: enten en ændring i postloven eller det, som jeg prøvede at referere i min tale, nemlig at vi fra postvæsenets side prøver at udarbejde et fornuftigt alternativt tilbud til kunderne.

Det er ikke skud- og vandtæt. Der vil stadig væk være mennesker, hvis irritationstærskel man rammer. Spørgsmålet er, om det er så få, at man kan sige, at nu kan vi ikke komme meget længere ad frivillighedens vej.

[Kommunikationsministeren]

Når man har fået denne ordning på benene, skal den forhandles med organisationer, der tager sig af distribution, altså organisationer uden for postvæsenet. Det mener jeg også må være muligt. Men jeg sagde også i min tale, at er det ikke muligt, så er jeg klar til at vende tilbage og drøfte, om det så skal være en ændring i postloven, og det mener jeg sådan set at Kristeligt Folkeparti og Socialdemokratiet, som tilsluttede sig det, skal glæde sig over; og vi andre, som er enige i, at her er et problem, men som ikke umiddelbart kan tilslutte os modellen, skal også glæde os over det.

Jeg skal sige til fru Birthe Hansen, at jeg ikke kan overskue, om forslaget til ændring af markedsføringsloven kan løse vores problem. Jeg forestiller mig, at det fortsat vil være sådan, at postvæsenet har en forpligtelse via postloven, uanset hvad der står i markedsføringsloven, men til trods for at jeg i dag varetager adskillige ministerposter, så er det vist alligevel ikke mit ressort, så det lader vi ligge.

(Kort bemærkning).

Glønborg (KRF):

Jeg vil gerne sige kommunikationsministeren mange tak for tilsagnet om, at hvis det bliver nødvendigt, så får vi også et forslag om ændring af postloven. Jeg er overbevist om, at det bliver nødvendigt.

Vi kan vel være enige om, at det ikke bare er et spørgsmål om folks irritationstærskel og et spørgsmål om at undgå, at tryksager bliver puttet ind ad brevsprækken. Skal vi tilbage til miljøspørgsmålet og ressourcebesparelsen, så er ideen vel netop, at den tryksag, som ikke er ønsket, overhovedet ikke skal produceres. Derfor er man nødt til helt tilbage i produktionsledet at vide, hvor mange der er brug for.

Så vidt jeg kan se, er der ikke andre end postvæsenet, der ved helt præcist, hvor mange der bor i forskellige distrikter og gader osv. Det er derfor, vi i forslaget har sagt, at postvæsenet bliver nødt til at administrere denne ordning, sådan at det er til postvæsenet, man må melde fra, og at postvæsenet så korrigerer deres lister.

Jeg vil gerne spørge ministeren, om ministeren ser nogen som helst andre muligheder for at få de rigtige tal frem på, hvor mange der ønsker tryksager, end ved den ændring af postloven, som giver postvæsenet pligt til at ajourføre lister over antallet af modtagere i forskellige gader og områder.

Hermed sluttede forhandlingen.

Afstemning

Forslagets overgang til anden (sidste) behandling vedtoges uden afstemning.

Tredje næstformand (Povl Brøndsted):

Jeg foreslår, at forslaget til folketingsbeslutning henvises til Miljø- og Planlægningsudvalget. Hvis ingen gør indsigelse mod dette forslag, betragter jeg det som vedtaget. (Ophold). Det er vedtaget.

Meddelelser fra formanden:**Tredje næstformand (Povl Brøndsted):**

Der er ikke mere på dagsordenen.

Der er foretaget ændringer i følgende udvalg:

Boligudvalget (8/2 90):

Udtræder: Nør Christensen (CD)
Nyt stedf.: Duetoft (CD)

Trafikudvalget (8/2 90):

Udtræder: Ernst B. Schmidt (FP)
Nyt medl.: Behnke (FP)

Finansudvalget (8/2 90):

Udtræder: Lysholm Christensen (KRF)
Nyt medl.: Kofod-Svendsen (KRF)

Miljø- og Planlægningsudvalget (8/2 90):

Udtræder: Glønborg (KRF)
Nyt medl.: Lysholm Christensen (KRF)

Udvalget for Forretningsordenen (9/2 90):

Udtræder: Inger Stilling Pedersen (KRF)
Nyt medl.: Glønborg (KRF)

Miljø- og Planlægningsudvalget (9/2 90):

Udtræder: Lysholm Christensen (KRF)
Nyt medl.: Glønborg (KRF)

Udvalget til Valgs Prøvelse (9/2 90):

Udtræder: Erik Larsen (V)
Nyt medl.: Jens Peter Jensen (V)

[Tredje næstformand]*Erhvervsudvalget (9/2 90):*

Udtræder: Helge Sander (V)

Nyt medl.: Jens Peter Jensen (V)

Arbejdsmarkedsudvalget (9/2 90):

Udtræder: Erik Larsen (V)

Nyt medl.: Jens Peter Jensen (V)

Trafikudvalget (9/2 90):

Udtræder: Erik Larsen (V)

Ny stedf.: Jens Peter Jensen (V)

Udenrigsudvalget (9/2 90):

Udtræder: Erik Larsen (V)

Ny stedf.: Jens Peter Jensen (V)

Nordisk Råd (9/2 90):

Udtræder: Erik Larsen (V)

Ny stedf.: Jens Peter Jensen (V)

Boligudvalget (19/2 90):

Udtræder: Duetoft (CD)

Ny stedf.: Nør Christensen (CD)

Trafikudvalget (20/2 90):

Udtræder: Behnke (FP)

Nyt medl.: Ernst B. Schmidt (FP)

Forskningsudvalget (20/2 90):

Udtræder: Ingrid Kjældgaard (FP)

Ny stedf.: Annette Just (FP)

Folketingets næste møde afholdes i morgen,
onsdag den 21. februar 1990, kl. 13.00.

Angående dagsordenen skal jeg henvise til
den i salen opslåede dagsorden.

Mødet hævet kl. 17.22
