



Til lovforslag nr. L 44

Folketinget 2010-11

Ændringsforslag stillet den 13. december 2010 uden for betænkningen

Ændringsforslag

til 2. behandling af

Forslag til postlov

[af transportministeren (Hans Christian Schmidt)]

Til § 13

Af transportministeren:

3) Paragraffen med tilhørende overskrift udgår.
[Ordningerne om »Reklamer – Nej tak« videreføres]

Til § 14

4) Stk. 4 affattes således:

»Stk. 4. Den befordringspligtige postvirksomhed skal mod vederlag og på gennemsigtige, ikkediskriminerende og omkostningsbaserede vilkår give andre postvirksomheder inden for disses geografiske dækningsområde adgang til oplysninger om

- 1) adresser, herunder på nyfødte og indrejste,
- 2) adresser med henblik på eftersendelse af post ved midlertidig flytning,
- 3) adresser med henblik på levering af post til ny adresse eller postboks,
- 4) adresser på personer, som har krav på at få adresserede forsendelser afleveret direkte til boligen, og
- 5) adresser på postmodtagere, der har frabedt sig uadresserede forsendelser.«

[Videregivelse af adresseoplysninger og konsekvensrettelse]

Til § 29

5) I stk. 1 udgår »§ 13, stk. 1,«.
[Konsekvensrettelse]

B e m æ r k n i n g e r

Til nr. 3

Det foreslås, at § 13, der indebærer, at transportministeren fastsætter regler om ordningerne, hvor modtagerne kan frabede sig uadresserede forsendelser, udgår. Baggrunden for § 13 har været ønsket om at lovfæste modtageres ret til at sige »nej tak« til reklamer. Ændringsforslaget indebærer, at den

nuværende ordning videreføres, således at det fortsat vil være forbrugerombudsmanden, der sammen med branchen fastsætter retningslinjer om ordningerne om nej tak til reklamer.

Der blev i flere af høringsbidragene i forbindelse med høringen af forslaget til postlov udtrykt stor tilfredshed med den nuværende ordning. Nogle af parterne udtrykte også, at man ikke fandt det hensigtsmæssigt at lovgive om en ordning, som allerede fungerer på grundlag af en frivillig brancheløsning. Endelig fremgik det også af folketingsdebatten i forbindelse med 1. behandling af beslutningsforslag nr. B 21 den 3. december 2010 om at nedbringe mængden af uadresserede reklamer, at der generelt er tilfredshed med den måde, ordningen fungerer på i dag.

Til nr. 4

Ændringsforslag nr. 4 træder i stedet for ændringsforslag nr. 2 i Trafikudvalgets betænkning over lovforslaget. Det skyldes, at den nye affattelse af § 14, stk. 4, som der blev fremsat ændringsforslag om i Trafikudvalgets betænkning, indeholdt en henvisning i nr. 5 til § 13, som imidlertid foreslås at udgå ved ændringsforslag nr. 3. Derfor er det nødvendigt i ændringsforslag nr. 4 at fremsætte et nyt forslag til affattelse af § 14, stk. 4, hvor henvisningen til § 13 ikke er med. Dette ændringsforslag træder således i stedet for ændringsforslag nr. 2 i Trafikudvalgets betænkning. Der ændres i øvrigt ikke indholdsmæssigt på det oprindelig fremsatte ændringsforslag, der præciserer, at andre postvirksomheder alene kan modtage de forskellige typer af adresseoplysninger, der er nævnt i § 14, stk. 4, nr. 1-5, inden for deres geografiske dækningsområde. Som bestemmelsen var affattet før, var denne indskrænkning til det geografiske dækningsområde alene knyttet til adresseoplysninger i § 14, stk. 4, nr. 1. Der er endvidere foretaget en ændring af lovteknisk karakter.

Til nr. 5

Der er tale om en konsekvensrettelse som følge af, at § 13 foreslås at udgå, jf. ændringsforslag nr. 3.