



Fremsat den 9. marts 2021 af Carl Valentin (SF), Jacob Mark (SF), Signe Munk (SF) og Rasmus Nordqvist (SF)

Forslag til folketingsbeslutning om at indføre en reklamer ja tak-ordning

Folketinget pålægger regeringen at indføre en reklamer ja tak-ordning, der vedtages senest i løbet af folketingsåret 2022-23, så kun de borgere, der aktivt tilkendegiver, at de

ønsker at modtage trykte reklamer (forstået som adresseløse forsendelser), får dem omdelt til deres adresse.

Bemærkninger til forslaget

De mange trykte reklamer, der hvert år sendes ud til de danske husstande, er et alvorligt miljøproblem. En kortlægning udgivet af Miljøstyrelsen i 2018 viser, at der i 2016 blev omdelt mere end 113.000 t trykte reklamer, hvilket betød, at tilbudsaviser udgjorde hele 35 pct. af det samlede pap- og papiraffald fra private husstande (»Kortlægning af papir- og pappotentialet fra private husholdninger 2016«, Miljøstyrelsen, juni 2018). Det koster os næsten 200.000 t CO₂-ækvivalens om året, og det er samtidig med til at gøre Danmark til et af de mest affaldsgenererende lande i EU.

De trykte reklamer bliver sendt ud, selv om et flertal af danskerne mener, at de modtager for mange gratisaviser. En analyse lavet af Coop i 2020 viser, at op mod 55 pct. af danskerne støtter et forbud mod husstandsomdelte trykte reklamer (»Flertal ønsker tilbudsavisen afskaffet«, Coop Analyse, 2020).

Løsningen har ligget lige for i mange år. En reklamer ja tak-ordning er en aktiv tilvalgsordning for trykte reklamer, hvor kun de borgere, der aktivt tilkendegiver, at de gerne vil have reklamerne, får dem omdelt til deres adresse. Formålet er at sikre, at kun de borgere, der rent faktisk ønsker at modtage reklamerne, får dem tilsendt, hvilket mindsker det spild, der er forbundet med den eksisterende ordning. Dette vil gavne både borgeren, miljøet og klimaet. Forslaget om en reklamer ja tak-ordning har desuden fået bred opbakning hos grønne civilsamfundsaktører som reklamer ja tak, Danmarks Naturfredningsforening, WWF Verdensnaturfonden, Rådet for Grøn Omstilling, Plastic Change og Oceana.

I 2011-2012 undersøgte den daværende SRSF-regering mulighederne for at indføre en reklamer ja tak-ordning, men på det tidspunkt ville Europa-Kommissionen ikke godkende løsningen, da den angiveligt stred mod EU's konkurrence-regler.

Danske og tyske ngo'er har efterfølgende peget på, at den juridiske vurdering sandsynligvis ikke holder. En reklamer ja tak-ordning bør kunne godkendes efter EU's miljøgaranti, idet der er videnskabeligt belæg for, at husstandsomdelte trykte reklamer har store negative konsekvenser for miljø og klima. Endvidere er der indikationer på, at Europa-Kommission har ændret sin vurdering.

Regeringen forpligtede sig i aftalen »Klimaplan for en grøn affaldssektor og cirkulær økonomi«, der blev indgået af et stort flertal af Folketingets partier (S, V, RV, SF, EL, KF, LA og ALT) i juni 2020, til endnu en gang at undersøge muligheden for at indføre en reklamer ja tak-ordning i Danmark (»Klimaplan for en grøn affaldssektor og cirkulær økonomi«, regeringen.dk, den 16. juni 2020). Det fremgår desuden af Folketingets EU-Oplysnings hjemmeside, at regeringen har været i kontakt med Europa-Kommissionen om emnet (»Skal vi sige Ja tak til reklamer?«, eu.dk, den 22. november 2020). Regeringen har altså taget første skridt, hvilket er positivt. Forslagsstillerne anmoder med dette beslutningsforslag derfor om, at der gøres alvor af intentionerne.

Skriftlig fremsættelse

Carl Valentin (SF):

Som ordfører for forslagsstillerne tillader jeg mig herved at fremsætte:

Forslag til folketingsbeslutning om at indføre en reklamer ja tak-ordning.

(Beslutningsforslag nr. B 262)

Jeg henviser i øvrigt til de bemærkninger, der ledsager forslaget, og anbefaler det til Tingets velvillige behandling.