



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

10. maj 2021

Besvarelse af spørgsmål 6 ad B 262 stillet af Erhvervsudvalget den 26. april 2021.

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren kommentere henvendelsen af 26/4-21 fra Dansk Affaldsforening (DAF) om at ordningen bør målrettes reklamer, jf. B 262 - bilag 6?

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr. 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

Dansk Affaldsforening (DAF) har den 26. april 2021 rettet henvendelse til Folketingets Erhvervsudvalg vedrørende B 262 om en reklamer ja-tak ordning.

Det fremgår af henvendelsen, at DAF bakker op om, at forbrugerne aktivt skal sige 'ja-tak' til reklamer, fremfor 'nej tak', fordi forslaget vil have reelle positive miljøeffekter og vil være affaldsforebyggende. Det fremgår videre, at DAF mener, at ordningen bør målrettes reklamer og marketing-udgivelser fra detailhandel. På den måde kan lokalaviser, information fra lokale foreninger, kirkelige udgivelser, skriftlig information fra det offentlige samt lignende udgivelser fortsat omdeles til husstandene.

Det fremgår videre, at DAF mener, at en ja-tak ordning vil være en fordel for lokalaviserne og vil kunne styrke deres annoncemarkeder, og at ordningen vil sikre ligestilling med reglerne for digital marketing, hvor udgangspunktet er, at forbrugerne skal give samtykke til at modtage marketing og reklamer.

DAF fremfører også, at de mener, at omdelingen af reklamer er præget af monopollignende tilstande og ringe konkurrencevilkår, og at en ja-tak ordning vil styrke konkurrencen, innovationen og kvaliteten af de i omdelte reklamer, da afsenderne af reklamerne vil skulle konkurrere om at få forbrugerne til at sige ja tak til deres reklamer – f.eks. ved at levere indhold, der rent faktisk har værdi for forbrugerne.

Endeligt fremhæves det, at Nederlandene har indført en lignende ordning i en række byer, og at papirreklamer ikke kan genanvendes uendeligt, men maksimalt omkring 6-7 gange.

Jeg kan oplyse, at regeringen i aftalen "Klimaplan for en grøn affaldssektor og cirkulær økonomi", der blev indgået af et flertal af Folketingets partier

(S, V, RV, SF, EL, KF, LA og ALT) i juni 2020, har forpligtet sig til endnu en gang at undersøge muligheden for at indføre en reklamer ja tak-ordning i Danmark.

Regeringen er fortsat ved i dialog med Europa-Kommissionen at afklare en række EU-retlige problemstillinger. Erhvervsministeriet har afholdt møde med Europa-Kommissionen for at drøfte mulighederne for at indføre en ja tak-ordning i overensstemmelse med EU-retten, men den endelige konklusion fra denne dialog foreligger ikke endnu.

Regeringen anerkender, at der er miljømæssige gevinster ved at indføre en ja-tak ordning. Derudover kan der som fremhævet af Dansk Affaldsforening også være andre gevinster ved en ja-tak ordning, ligesom det kan overvejes at målrette en ja-tak ordning til reklamer, og dermed lade lokalaviser og lign. være udeladt fra ordningen. Samtidigt kan en ja-tak ordning også have negative konsekvenser, fx fordi den risikerer at påvirke landdistrikterne negativt.

Regeringen vil som aftalt indkalde aftaleparterne, når den endelige konklusion fra dialogen med Europa-Kommissionen foreligger. Ved den lejlighed skal det drøftes i aftalekredsen, om de eventuelle fordele for miljøet ved at indføre en Ja tak-ordning kan opveje de ulemper for blandt andet landdistrikterne, som en sådan ordning også vil medføre. I den forbindelse vil det også være relevant at tage højde for, at der i Danmark allerede er en vel-fungerende Nej tak-ordning samt en Nej Tak plus-ordning.

For så vidt de miljømæssige forhold i DAF's henvendelse har jeg indhentet bidrag fra Miljøministeren, der oplyser følgende:

”Jeg har forelagt henvendelsen fra Dansk Affaldsforening (DAF) under overskrifterne ”Sikrer reel affaldsforebyggelse” og ”Kan genanvendes, men ikke i et uendeligt cirkulært kredsløb” for Miljøstyrelsen, som har svarer følgende:

Sikrer reel affaldsforebyggelse

DAF har i sin henvendelse beskrevet, at der hvert år omdeles ca. 100.000 ton papirreklamer. Det betyder, at hver dansk husstand årligt modtager 65 kg papirreklamer, hvis ikke papirreklamerne aktivt anmeldes.

Miljøstyrelsen har i 2018 udgivet Miljøprojekt nr. 2023 ”Kortlægning af papir- og pappotentialet fra private husholdninger – 2016”. Som en del af kortlægningen indgik adresseløse tryksager, som er defineret som detailhandlens reklameaviser, kataloger og brochurer m.v. Udviklingen i antallet af distribuerede adresseløse tryksager viser et fald fra 2.974 mio. stk. i 2010 til 2.026 mio. stk. i 2016, svarende til et fald på 32 pct. På landsplan udgør

mængden af adresseløse tryksager 113.000 ton i år 2016 beregnet på baggrund af en nedskrivning af de kommunefordelte mængder i 2010 med 32 pct.

Miljøstyrelsens opgørelse fra 2016 viser, at adresseløse tryksager svarer til ca. 42,4 kg pr. husstand.

Miljøstyrelsen kan derfor ikke umiddelbart genkende tallene fra DAF.

Kan genanvendes, men ikke i et uendeligt cirkulært kredsløb

DAF har i sin henvendelse beskrevet, at papirfibre ikke kan genanvendes i det uendelige, men op til 6-7 gange.

Miljøstyrelsen kan bekræfte, at papirfibre ikke kan genanvendes i det uendelige, idet fibrene forkortes, hver gang de anvendes på ny i nye papirmaterialer. På et tidspunkt bliver fibrene så korte, at de ikke længere kan bruges og i stedet skylles ud med spildevandet i forbindelse med afvandingen i papirmaskinen. Miljøstyrelsen har ikke det eksakte tal på, hvor mange gange papirfibre kan genanvendes, men vurderer umiddelbart, at DAFs antagelse om, at fibrene kan genanvendes 6-7 gange, lyder rimelig.”

Med venlig hilsen

Simon Kollerup