

UDKAST

Bekendtgørelse nr.

Bekendtgørelse om postbefordring af dagblade til særligt lave takster med Post Danmark A/S

I medfør af § 11, nr. 10 og § 12, nr. 4 i lov nr. 472 af 9. juni 2004 om postbefordring fastsættes:

Bekendtgørelsens anvendelsesområde

§ 1. Denne bekendtgørelse omfatter postbefordring af adresserede dagblade i indlandet og til adressater på Færøerne og i Grønland til særligt lave dagbladstakster.

Stk. 2. Blade, der ønskes postbefordret i medfør af denne bekendtgørelse, godkendes af Færdselsstyrelsen.

Stk. 3. Hvert enkelt nummer af et blad skal opfylde betingelserne i denne bekendtgørelse for, at det kan postbefordres til særligt lav takst.

Dagblade

§ 2. Det er en betingelse for at få befordret et blad til dagbladstakst, at bladet udgives med vedvarende levering for øje og udkommer mindst 5 på hinanden følgende hverdage om ugen.

Stk. 2. Det er dog tilladt, at et dagblad ikke udkommer i indtil tre sammenhængende uger i juni, juli eller august måned, hvis udgiveren giver meddelelse herom til Post Danmark A/S senest den 1. februar samme år.

Stk. 3. Det er endvidere tilladt, at et dagblad på en eller flere af ugens dage leveres fast til modtagere, der kun skal have disse udgaver. For fast levering på enkelte ugedage betaler udgiveren særlig dagbladstakst.

Stk. 4. Udgiveren kan i forbindelse med helligdage ændre det ugentlige udgivelsesmønster, hvis Post Danmark A/S underrettes mindst 1 måned før ændringen i udgivelsesmønsteret.

Stk. 5. Ved vedvarende levering, jf. stk. 1, forstås:

- 1) Udgiveren har til hensigt at udgive bladet indtil videre. Udgivelse indtil videre omfatter ikke udgivelse for en kortere periode (eksempelvis i forbindelse med en kongres, messe, udstilling eller lignende).

2) Modtagerkredsen ændres ikke, udover hvad der følger af normal bladdrift, herunder normal til- og afgang af abonnenter.

Stk. 6. Det er ikke vedvarende levering, jf. stk. 1, hvis der sker uopfordret gratis udsendelse af eksemplarer af blade i markedsføringsmæssigt øjemed.

Stk. 7. Post Danmark A/S må ikke benyttes som midlertidig befordrer af blade, der normalt befordres af andre post- eller distributionsvirksomheder end Post Danmark A/S (eksempelvis i forbindelse med strejker, budmangel, fejl eller lignende).

§ 3. Dagblade må ikke, hvis befordring skal ske til dagbladstakst, jf. § 2, udelukkende eller i overvejende grad have til formål at sprede meddelelser til forretningsforbindelser eller reklamer fra en enkelt erhvervsdrivende eller en begrænset kreds af erhvervsdrivende.

§ 4. Hvert nummer af et blad skal have samme udgiver og være på mindst 4 sider med en ”ryg” til venstre for bladets forside.

§ 5. Publikationer, der udelukkende eller i overvejende grad består af brochurer, kataloger, fortegnelser, bøger, plakater, løsblade eller lignende kan ikke postbefordres til særligt lave takster. Dette gælder, uanset om publikationerne udsendes emballeret eller sammenhæftet i en af siderne.

§ 6. Dagblade må ikke indeholde individuelle meddelelser til adressaten.

§ 7. Dagbladets format må ved indlevering til postbefordring ikke være større end 45 x 30 cm, og det må ikke være mindre end standardformat A5 (21 x 14,8 cm).

§ 8. Et dagblad kan være fremstillet i to eller flere sektioner. De skal være fremstillet i eller falset til samme format. Sektioner skal være lagt inden i hinanden med hovedsektionen (sektion 1) yderst.

Stk. 2. Sektioner og bladtillæg betragtes som en del af selve bladet. De nærmere regler for sektioner og bladtillæg fremgår af det til bekendtgørelsen hørende bilag og skal være opfyldt .

§ 9. Et nummer af et dagblad må ikke veje over 500 gram.

§ 10. Dagbladets forside skal være forsynet med følgende angivelser:

- 1) Bladets titel, der skal være anført på en sådan måde, at der ikke kan opstå tvivl om den fulde og korrekte titel. Titlen skal være identisk med den titel, som bladet er tilmeldt med hos Post Danmark A/S
- 2) Bladets nummer. Bladets nummerering skal være fortløbende, eksempelvis indenfor kalenderåret.
- 3) Årstal samt dato, månedsangivelse eller lignende. Dateringen skal vise tidspunktet for bladets udgivelse.

§ 11. Hvert nummer af et dagblad skal være egnet til postbefordring i den foreliggende stand.

Stk. 2. Der skal være indgået skriftlig aftale mellem udgiveren og Post Danmark A/S om de nærmere vilkår for postbefordringen.

Takster for postbefordring af dagblade

§ 12. Der skal gælde en enhedstakst for postbefordring af dagblade.

Stk. 2. Eventuelle tillægsydelse, som Post Danmark A/S tilbyder i tilknytning til postbefordring af dagblade til særligt lave takster, er ikke omfattet af denne bekendtgørelse.

Godkendelse af dagblade, tilsyn og klageadgang.

§ 16. Færdselsstyrelsen fører tilsyn med, at bestemmelserne i denne bekendtgørelse overholdes.

Stk. 2. Udgiveren kan klage over Post Danmark A/S' afgørelser truffet i medfør af denne bekendtgørelse. Klage skal ske til Færdselsstyrelsen inden 4 uger efter, at afgørelsen er meddelt udgiveren. Færdselsstyrelsens afgørelser kan ikke indbringes for anden administrativ myndighed.

Stk. 3. Post Danmark A/S skal give udgiverne klagevejledning i forbindelse med afgørelser, som Post Danmark A/S træffer i medfør af denne bekendtgørelse.

Ikrafttræden m.v.

§ 17. Bekendtgørelsen træder i kraft den 1. xxxxxx 2005.

Stk. 2. Samtidig ophæves bekendtgørelse nr. 35 af 15. januar 1997 om opgørelse af tilskud ved Post Danmarks befordring af dag-, uge- og månedsblade samt tidsskrifter til særligt lave takster og bekendtgørelse nr. 130 af 23. februar 2000 om postbefordring af blade til særligt lave takster.

Bilag

Sektioner og bladtillæg

Generelle regler for sektioner og bladtillæg

Sektioner og bladtillæg indgår sammen med det øvrige dagblad i den samlede vægt. Porto (bladporto) beregnes på grundlag af den samlede vægt. Sektioner og bladtillæg indgår derfor også som en del af dagbladet ved bedømmelsen af, hvorvidt betingelserne for postbefordring af blade til særligt lave takster er opfyldt for det pågældende blad, jf. § 8.

Sektioner og bladtillæg skal have samme udgiver (samme fysiske eller juridiske person) som bladet. Sektioner og bladtillæg skal have nøje tilknytning til bladet samt være udformet med henblik på at udgøre en integreret del af dette. De må ikke fremtræde som selvstændige publikationer og skal på forsiden have tydelig angivelse af bladets titel og datering. Herudover kan bladtillæg have en selvstændig benævnelse, f.eks. "Ferietillæg". Som andre eksempler på bladtillæg kan nævnes sportstillæg, radio- og Tv -tillæg, søndagstillæg, jubilæumstillæg og tematillæg (f.eks. bil-, have-, bolig- og udstillingstillæg).

Tillæg, som udgives af flere bladudgivere i fællesskab, kan dog sendes som bladtillæg efter aftale med Post Danmark A/S. I så fald kan påtryk om titel for det blad, som tillægget er indlagt i, erstattes af påtryk om titler for samtlige blade, som tillægget er fælles for. Datering kan i så fald anføres ved angivelse af f.eks. uge eller måned samt årstal.

Sektioner og bladtillæg skal have en sådan udformning, at de uden problemer kan postbefordres indlagt eller indhæftet i bladet. Formatet af sektioner og bladtillæg må ikke være større end bladets format. Efter aftale med Post Danmark A/S kan bladtillæg dog lægges uden om selve bladet. Sektioner og bladtillæg skal normalt lægges i hele bladets oplag, men kan efter aftale med Post Danmark A/S lægges i blade til omdeling indenfor enkelte postnumre.

Et dagblad kan ikke sendes som sektion eller bladtillæg til et andet nummer af samme dagblad eller til andre dagblade.

Særlige bladtillæg

Følgende tryksager kan postbefordres som bladtillæg, selv om de ikke opfylder betingelserne med hensyn til bladtillægs påtryk:

Markedsføringstillæg som støtter markedsføringen af det pågældende dagblad.

1) Formålet skal være:

- a) at hverve nye abonnenter til bladet,
- b) at motivere til køb af kommende numre af bladet, eller
- c) at motivere til køb/læsning af det nærværende nummer af bladet.

2) Markedsføringen skal angå det pågældende dagblad og dette dagblad alene.

3) Tryksager, der indeholder tilbud om salg af eller reklame for diverse produkter, kan ikke sendes som markedsføringstillæg. Dette gælder også, selv om det er udgiveren selv, der udbyder produkterne til salg, og selv om tilbuddene måtte blive anvendt som argument for køb af selve bladet.

4) Udformningen af markedsføringstillæg kan afvige fra dagbladets udformning, da det netop er formålet med markedsføringstillæg, at de skal virke iøjnefaldende. Det skal dog altid fremgå klart med bl. a. iøjnefaldende tekst, at hovedformålet er et reklamebudskab for bladet, jf. punkt 1) om markedsføringstillægs formål.

5) Markedsføringstillæg må ikke ud over budskabet have nogen økonomisk værdi i sig selv, hvilket dog ikke udelukker, at det kan have en udformning, der vækker særlig interesse hos målgruppen.

6) Markedsføringstillæg kan bestå af ét løst enkeltark. En volumen ud over ét ark (evt. ud over et foldet ark) vil normalt ikke have karakter af et markedsføringstillæg, idet det som regel vil indeholde et budskab ud over markedsføring af selve dagbladet.