

Til

Den arbejdsgruppe eller det udvalg,
der arbejder eller skal arbejde med begrænsning af reklametryksager.

Skader forårsaget af reklametryksager

Forbrugerpriser: Ligegyldig om det er producenten eller forretningen, der betaler for reklametryksagerne vil regningen jo ende ved forbrugerne, også dem, der ikke modtager tryksagerne. Det er blandt andet derfor forbrugerpriserne er højere i Danmark end i lande vi traditionelt sammenligner os med.
(Prøv at beregn omkostningerne til reklamebureauer, trykkerier mv.)

Grænsehandel: Reklametryksager fra de tyske grænsebutikker frister mange dansker til at køre til Tyskland og købe ind, specielt efter de seneste forhøjelser af visse forbrugerpriser.

Ressourcespil: Reklametryksager bidrager ikke kun til forurening med CO₂ ved afbrænding. Det er også et helt urimelig spil af ressourcer. Hvor mange skove har det ikke kostet ?

Ideer til beskatning af reklametryksager

1. Hver forretning måtte kun fremsende løbende reklame til husstande, der selv havde bed om det, og underskrevet et bekræftelse, der gælder for et kalenderår ad gangen.
Det ville medføre en væsentlig begrænsning af tryksager.
2. *Nej tak mærkatet* kunne afløses med et *Ja tak mærkat*, som fx kunde koste 200,- kr., og som skulle fornyset hvert kalenderår. Det vil betyde, at kun de, der virkeligt var interesseret, ville modtage reklamer.
Det ville derfor betyde en væsentlig begrænsning af tryksager, og desuden give staten en ekstra indtægt.

Begge forslag ville give drastisk begrænsning af et helt unødvendigt papirspil, og samtidig en begrænsning af producenternes og forretningernes reklameudgifter, og dermed føre til lavere forbrugerpriser.

Ole Striim
Terp Skovvej 104,
8270 Højbjerg