

Folketingets Trafikudvalg  
Christiansborg  
1240 København K

MINISTEREN

Dato 21. oktober 2008  
Dok.id  
J. nr. 144-11  
Deres ref.

Frederiksholms Kanal 27 F  
1220 København K

Telefon 33 92 33 55

## Rapport om uadresserede forsendelser

På et samråd den 15. maj 2008 (TRU alm. del – Samrådsspørgsmål I om hvorvidt Post Danmark omgår ”Ingen reklamer – tak” ordningen”) orienterede min forgænger udvalget om, at Færdselsstyrelsen i samarbejde med Forbrugerstyrelsen var i gang med at gennemføre en brugerundersøgelse for at afdække problemstillingen med, at borgerne modtager uønsket reklamemateriale.

Undersøgelsen, der bygger på 2001 telefoninterviews med et repræsentativt udsnit af den danske befolkning er gennemført af analysefirmaet SYNOVATE (tidligere Vilstrup) i perioden 22. maj 2008 til 10. juni 2008.

./ Til orientering for udvalget vedlægger jeg SYNOVATEs rapport af 20. juni 2008 om uadresserede forsendelser.

Formålet med undersøgelsen var at klarlægge, om det er nødvendigt at gennemføre eventuelle nye initiativer i forbindelse med borgernes muligheder for at kunne frabede sig uadresserede forsendelser (adresseløse forsendelser (bl. a. reklamer), ugeaviser og distriktsblade samt husstandsomdelte daglige gratisaviser).

Undersøgelsen viser, at

- størstedelen af borgerne læser de reklamer, ugeaviser og gratisaviser, som de modtager.
- det er uklart for borgerne, hvilke forsendelser, der er omfattet af de gældende ”nej-tak” ordninger. Af de borgere, der er tilmeldt de gældende ”nej tak” ordninger, oplever 25 pct. en gang imellem, ofte eller altid, at deres ”nej tak” skilt ikke respekteres. 65 pct. udpeger dog distributører, som ikke nødvendigvis er omfattet af de gældende ordninger, som synderne.
- et flertal (68 pct.) mener, at de modtager for mange reklamer.
- 5 pct. af de adspurgte ønsker en ”nej tak” ordning, der omfatter alle uadresserede forsendelser.



Som min forgænger tilkendegav på samrådet den 15. maj 2008 er det vurderingen, at det er mest hensigtsmæssigt at få løst problemerne med, at borgerne modtager uønsket reklamemateriale, gennem en frivillig brancheløsning, som administreres af branchen selv.

Forbrugerombudsmanden offentliggjorde i april måned d.å., at han ville undersøge mulighederne for ad frivillighedens vej at forhandle en mere effektiv "nej tak" ordning på plads, som tilgodeser de husstande, der ikke ønsker at modtage reklamer.

Forbrugerombudsmanden fører på baggrund heraf for tiden forhandlinger med branchen (herunder Post Danmark A/S, Forbruger-Kontakt A/S samt Søndagsavisen as, Forbrugerrådet og berørte organisationer bl.a. Brancheforeningen af Danske Distributionsvirksomheder og Foreningen af danske lokale ugeaviser) om nye retningslinier om god markedsføringsskik ved omdeling af adresseløse forsendelser. Transportministeriet og Erhvervs- og Økonomiministeriet deltager som observatører i drøftelserne hos Forbrugerombudsmanden, hvor der indtil nu er afholdt 3 møder.

Forbrugerombudsmandens nye retningslinier skal ses som udtryk for dennes generelle opfattelse af, hvad der kan anses for god markedsføringsskik ved omdeling af adresseløse forsendelser. Alle aktører på markedet forudsættes at følge retningslinierne, dels ved håndtering af adresseløse forsendelser i forhold til "nej tak" ordninger, dels ved selve afleveringen af forsendelserne.

Retningsliniernes anvendelsesområde flugter med markedsføringslovens. Det betyder, at adresseløse forsendelser, der er reguleret i markedsføringsloven, vil blive omfattet af retningslinierne.

Jeg har derfor tiltro til, at forhandlingerne hos Forbrugerombudsmanden fører til, at der indføres en mere effektiv "nej tak" ordning, som tilgodeser de husstande, der ikke ønsker at modtage reklamer, ugeaviser og daglige husstandsdelte gratisaviser.

Med venlig hilsen

Lars Barfoed