



MINISTEREN

Folketingets Trafikudvalg
Christiansborg
1240 København K

Dato 27. maj 2009
Dok.id
J. nr. 004-U18-001055
Frederiksholms Kanal 27 F
1220 København K
Telefon 33 92 33 55

Trafikudvalget har i brev af 14. maj 2009 stillet mig følgende spørgsmål 7 vedr. B 25 Forslag til folketingsbeslutning om sikring af retten til at få respekteret et "nej tak" til uadresserede forsendelser af Per Clausen (EL) m.fl., som jeg hermed skal besvare.

Spørgsmål nr. 7:

"Kan ministeren bekræfte, at Idényt uddeles i disse dage af Post Danmark til alle husstande, der ikke bor i lejlighed? Mener ministeren, at dette er i overensstemmelse med mulighederne for at nægte at modtage reklamer?."

Svar:

På baggrund af en udtalelse fra Færdselsstyrelsen, der har indhentet oplysninger fra Forbrugerombudsmanden og Post Danmark, kan jeg oplyse følgende:

Post Danmark bekræfter, at Idényt er omdelt til husstande, der ikke har fravalgt uadresserede forsendelser samt til husstande, der er tilmeldt "Reklamer – Nej tak", men derimod ikke til husstande, der er tilmeldt "Reklamer og gratis aviser – Nej tak".

Forbrugerombudsmanden oplyser følgende, som jeg kan tilslutte mig:

"Forbrugerombudsmandens retningslinjer om god markedsføringskik ved omdeling af adresseløse forsendelser indeholder to nye "nej tak"-ordninger. Afgørende for, om en forsendelse må omdeles til adresser, der er tilmeldt ordningen "Reklamer – Nej tak", er, om forsendelsen kan anses for en avis eller et andet skrift i retningslinjernes forstand, eller den må anses for en reklame.

Forbrugerombudsmanden blev af Idényt anmodet om at vurdere bladet i forhold til "nej tak"-ordningerne. Forbrugerombudsmanden afgav den 27. februar 2009 en forhåndsbesked herom efter markedsføringslovens § 25.

På baggrund af en gennemgang af det indsendte materiale var det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at bladet Idényt ud fra en helhedsvurdering opfylder kravene i retningslinjerne til et skrift (punkt 1 i retningslinjerne).



Efter retningslinjerne kræves det, at et skrift har et ikke ubetydeligt redaktionelt indhold i forhold til andelen af reklamer. Indholdet skal endvidere være blandet og typisk for blade/magasiner, tidsskrifter og lignende, og det skal hidrøre fra forskellige kilder. Det redaktionelle indhold skal herudover dække et bredere emneområde og f.eks. bringe aktuelle nyheder og meningsdannende stof fra udgiverområdet. Der må ikke være en direkte tilknytning mellem det redaktionelle stof og annoncer, og udgivelsen må ikke tage sigte på at fremme afsætningen af et eller flere bestemte produkter eller markedsføre en bestemt virksomhed. Hovedformålet med udgivelsen må ikke være kommerciel reklame. Derudover skal skriftet omdeles periodisk til modtagerne uden betaling.

I det redaktionelle indhold var Idénys temaområde fagligt afgrænset til hus og have med eksempelvis vægt på muligheder efter det nye bygningsreglement for udvidelse af huset, indeklima og gøremål i haven afpasset efter årstiden.

Forbrugerombudsmanden forudsatte ved vurderingen, at der er lagt og lægges journalistiske kriterier - herunder at presseetiske regler følges - til grund for udvælgelsen og udarbejdelsen af de redaktionelle artikler, ved omtalen af nye produkter/produkter i tilknytning til et tema, og ved den øvrige fastlæggelse af skillelinjen mellem redaktionelt stof og reklamer. I sidstnævnte forbindelse lagde Forbrugerombudsmanden desuden vægt på, at der i bladet er angivet en ansvarshavende redaktør, således at man selv anser bladet for omfattet af medieansvarsloven.

Forbrugerombudsmanden bemærkede samtidig, at det må undgås, at der opstår tvivl om, hvorvidt bladet indeholder skjult reklame, jf. markedsføringslovens § 4. Efter bestemmelsen skal en reklame fremstå således, at den klart vil blive opfattet som en reklame uanset dens form og uanset, i hvilket medium den bringes.

Som følge heraf forudsatte Forbrugerombudsmanden endvidere, at firmaangivelse med telefonnummer og lignende fjernes fra illustrationer (fotos) til redaktionelle artikler, og at der ikke i disse artikler henvises til f.eks. en konkurrence bag i bladet, hvor en af præmierne netop er produkter, som artiklen omhandler.

Forbrugerombudsmanden meddelte Idényt, at bladet kan rubriceres som et skrift i retningslinjernes forstand og dermed alene skal respektere tilmeldinger til ordningen "Reklamer og gratis aviser – Nej tak". Bladet kan således omdeles til alle adresser, der ikke er tilmeldt til den nævnte udvidede ordning."

Med venlig hilsen

Lars Barfoed