



MINISTEREN

Folketingets Trafikudvalg
Christiansborg
1240 København K

Dato 20. januar 2009
Dok.id
J. nr. 004-u18-799
Frederiksholms Kanal 27 F
1220 København K
Telefon 33 92 33 55

Trafikudvalget har i brev af 16. december 2008 stillet mig følgende spørgsmål 3 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. Spørgsmålet er stillet efter ønske fra Benny Engelbrecht (S).

Spørgsmål nr. 3:

" Forbrugerombudsmanden har sammen med parterne bag den nye retningslinie for omdeling af adresseløse forsendelser defineret aftenskolekataloger og telefonbøger i begge ordninger. Dette på trods af, at et stort flertal af danskere i Færdselsstyrelsens befolkningsundersøgelse angiver, at de ønsker at modtage disse publikationer, selvom de siger nej tak til reklamer. Konsekvensen er, at borgerne fremover bliver nødt til at sige ja tak til reklamer, hvis de vil have aftenskolekataloger og telefonbøger. Vil ministeren opfordre Forbrugerombudsmanden og parterne bag til at rette denne fejl og sørge for, at det kun er i den mest restriktive ordning, "nej-tak-til-reklamer-og-gratisaviser", at disse er med?"

Svar:

Da der er tale om spørgsmål om Forbrugerombudsmandens nye retningslinier vedr. omdeling af adresseløse forsendelser har jeg via Færdselsstyrelsen indhentet oplysninger fra Forbrugerombudsmanden til besvarelsen af spørgsmålet.

Forbrugerombudsmanden oplyser følgende, som jeg kan tilslutte mig:

"Med hensyn til afgrænsningen af, hvilke forsendelser der omfattes af de to "nej tak"-ordninger henvises til besvarelsen af spørgsmål 2. Det bemærkes supplerende, at lokale vejvisere og telefonbøger er anset for reklamer, da udgivelsen af disse publikationer er en erhvervmæssig aktivitet, og da indholdet ikke kan berettige til, at de anses for aviser/skrifter, der først gribes af ordningen "Reklamer og gratis aviser – Nej tak".

I april 2008 meldte forbrugerombudsmanden offentligt ud, at han ville indlede forhandlinger med distributionsbranchen, øvrige relevante erhvervsorganisationer og forbrugerne – i overensstemmelse med markedsføringslovens § 24, stk. 1 – om en ordning, hvor forbrugerne skulle kunne sige



effektivt nej til uønsket reklame. Målet var herudover en enkel, administrerbar løsning, som der generelt ville kunne opnås tilslutning til. Alt i alt skulle der være tale om en bedre beskyttelse for forbrugerne end i den nugældende ordning hos Post Danmark, ”Ingen reklamer – tak”.

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at retningslinjerne giver forbrugerne en reel beskyttelse mod reklamemateriale, der er omfattet af markedsføringsloven. Og der har mellem forhandlingsparterne været enighed om, at ordningerne skulle udformes på den måde, det nu fremgår af retningslinjerne. Det blev under forhandlingerne drøftet, om reklamer som f.eks. aftenskolekataloger skulle undtages ordningen ”Reklamer – Nej tak”. Der var blandt forhandlingsparterne enighed om at vægte hensynet til hovedformålet – at modtagerne af de adresseløse forsendelser får mulighed for at framelde forsendelser, og at der sker en effektiv efterlevelse – højt. Der blev altså fokuseret på en enkel ordning med så få undtagelser som muligt, og man ville ikke gøre undtagelser for bl.a. aftenskolekataloger og lokale vejvisere og telefonbøger.

Forhandlingsparterne var til gengæld også enige om, at der skal ske en evaluering af retningslinjerne, når de har været i kraft i et år, for bl.a. at se på, om ordningerne fungerer tilfredsstillende og efter hensigten. Der vil herunder blive set på, om afgrænsningen i retningslinjerne er tilfredsstillende med hensyn til de forskellige typer forsendelser.

Med hensyn til Færdselsstyrelsens brugerundersøgelse bemærkes det, at den blev drøftet under forhandlingerne, og at den indgik i overvejelserne om de nye ordninger. Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at de oplyste tal kan give anledning til en vis usikkerhed og ikke nødvendigvis giver et klart billede af, om forbrugere, der i dag har et ”nej tak” mærke, alligevel ønsker at modtage reklamer som aftenskolekataloger og telefonbøger. Rapportens konklusioner hviler således ifølge det bagvedliggende talmateriale på svar fra både husstande, der var og ikke var tilmeldt Post Danmarks ordning ”Ingen reklamer – Tak”, og husstande, der ikke vidste, om de var tilmeldt. Derudover er der ikke generelt spurgt til telefonbøger, men alene til lokale vejvisere.

Forbrugerombudsmanden skal henlede opmærksomheden på, at hvis en borger, der er tilmeldt en ”nej tak”-ordning, ønsker et aftenskolekatalog eller lignende undervisningstilbud eller en lokal telefonbog/vejviser, kan den pågældende naturligvis rette henvendelse til udgiveren og få oplyst, om publikationen kan fremsendes (evt. mod betaling) eller afhentes hos udgiveren eller et andet sted som f.eks. et bibliotek.

Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse skaber de nye ”nej tak”-ordninger et effektivt værn for forbrugerne og sikrer generelt lige konkurrencevilkår for de materialer/publikationer, der må anses for reklame. En ændret ordning med



de foreslåede undtagelser, vil efter Forbrugerombudsmandens opfattelse svække forbrugerbeskyttelsen.”

Side 3/3

Forbrugerombudsmanden har imidlertid tilkendegivet overfor Transportministeriet, at han, såfremt Trafikudvalget udtrykker et klart ønske herom, er villig til at indkalde forhandlingsparterne til en supplerende forhandling med henblik på at foreslå retningslinjerne ændret, således at telefonbøger og lokale vejvisere samt aftenskolekataloger kan omdeles, selv om adressen er tilmeldt ordningen ”Reklamer – Nej tak”, men ikke hvis adressen er tilmeldt ordningen ”Reklamer og gratis aviser – Nej tak”.

Aftenskolekataloger vil i givet fald kunne defineres i relation til lov om støtte til folkeoplysende voksenundervisning, frivilligt folkeoplysende foreningsarbejde og daghøjskoler samt om Folkeuniversitetet. Det betyder, at kataloger og lignende fra folkeoplysende foreninger mv., der er omfattet af loven, vil kunne omdeles som nævnt.

Såfremt Trafikudvalget således måtte ønske supplerende forhandlinger jf. ovenfor bedes dette positivt meddelt Forbrugerombudsmanden senest fredag den 23. januar 2009. Såfremt der ikke sker tilkendegivelser herom, vil retningslinjerne træde i kraft som aftalt med den planlagte evaluering om et år, hvor spørgsmålet kan tages op på ny. Den korte svarfrist er begrundet i hensynet til, at der skal trykkes informationsmateriale om ordningen, inden den træder i kraft, hvilket er relativt omkostningsfyldt. Det er derfor afgørende med en meget hurtig afklaring af spørgsmålet.

Med venlig hilsen

Lars Barfoed