



Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVS MINISTEREN

25. juni 2020

Besvarelse af spørgsmål 324 alm. del stillet af udvalget den 28. maj 2020 efter ønske fra Torsten Schack Pedersen (V).

ERHVERVS MINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren redegøre for, hvorfor ”nej tak” eller ”nej tak+” ikke i sig selv er en ”ja tak ordning”, da over 50 pct. af alle danske husholdninger allerede har taget stilling til distribution af reklamer?

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr. 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

Det nuværende udgangspunkt i Danmark er, at der kan omdeles adresseløse forsendelser til alle husstande, medmindre husstandene aktivt frabeder sig dette og melder sig til ”Nej tak”-ordningen. ”Nej tak+”-ordningen indebærer, at man kan frabede sig at modtage adresseløse forsendelser generelt, men samtidig selv kan tilvælge specifikke reklamer, som man gerne vil modtage.

De nuværende ordninger fungerer således, at både ”Nej tak” og ”Nej tak+” kræver forbrugerens eller virksomhedens aktive stillingstagen for at undgå at modtage reklamer med posten. De passive forbrugere og virksomheder modtager således reklamer, uanset om de ønsker dem eller ej, fordi de ikke aktivt har taget stilling.

Ved en eventuel ”Ja tak”-ordning vil det kun være de aktive, der ønsker reklamer og aktivt har tilmeldt sig, som modtager reklamerne.

Hvis der laves en ”Ja tak”-ordning i stedet for en ”Nej tak”-ordning, giver man de resterende ca. 50 pct. af husholdningerne – der ifølge spørgerens oplysninger i dag ikke har taget stilling – et incitament til at tage aktivt stilling til, om de ønsker at modtage reklamer mm. i postkassen.

Det skal i forlængelse heraf bemærkes, at regeringen endnu ikke har taget stilling, hvorvidt den vil arbejde for ændringer på dette område.

Med venlig hilsen

Simon Kollerup