



MINISTEREN

Folketingets Trafikudvalg
Christiansborg
1240 København K

Dato 20. januar 2009
Dok.id
J. nr. 004-u18-774
Frederiksholms Kanal 27 F
1220 København K
Telefon 33 92 33 55

Trafikudvalget har i brev af 15. december 2008 stillet mig følgende spørgsmål 2 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. 2:

" Ministeren bedes, på baggrund af Forbrugerombudsmandens nye retningslinjer vedr. omdeling af adresseløse forsendelser jf. B 25 - bilag 1, oplyse

- i hvilket omfang en lokal forenings folder med foreningsaktiviteter i lokalområdet, ved omdeling i det lokale foreningsområde, er omfattet af retningslinjerne,

- i hvilket omfang kirkeblade er omfattet af retningslinjerne samt

- i hvilket omfang aftenskolekataloger er omfattet af retningslinjerne."

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:

"Da retningslinjerne om god markedsføringskik ved omdeling af adresseløse forsendelser er udstedt med hjemmel i markedsføringsloven, er afgrænsningen af, om en forsendelse er omfattet af den ene eller den anden af de to "nej tak"-ordninger eller helt falder udenfor, foretaget med baggrund i markedsføringsloven. Herefter skal en afsender af en adresseløs forsendelse og en erhvervsdrivende distributionsvirksomhed respektere en "nej tak"-ordning, hvis forsendelsen har karakter af en erhvervmæssig aktivitet og dermed er omfattet af markedsføringsloven.

Organiseringen af en virksomhed er ikke afgørende for, om markedsføringsloven finder anvendelse. Loven gælder både privat



erhvervsvirksomhed og offentlig virksomhed, der indebærer, at der udbydes varer eller tjenesteydelser på et marked/markedslignende vilkår, jf. § 2, stk. 1. Det præciseres i forarbejderne til bestemmelsen, at loven finder anvendelse på alle, som udbyder varer eller tjenesteydelser på markedet. Bestemmelsen fokuserer således på aktiviteten.

Det er ikke et krav, at den erhvervsdrivende opnår eller søger at opnå økonomisk vinding, så længe handlingen (f.eks. reklame, salg, distribution) er foretaget i erhvervsøjemed. Det betyder omvendt, at handlinger, der foretages i f.eks. humanitær eller politisk sammenhæng kun er omfattet, hvis de kan siges at være udslag af erhvervsvirksomhed. Det indebærer bl.a. ifølge forarbejderne til loven: ”at almennyttige foreningers hvervning af medlemmer og politiske aktiviteter ikke er omfattet af lovens anvendelsesområde, mens mere erhvervs-mæssige aktiviteter, som en forening udfører, falder ind under lovens anvendelsesområde. Det kan fx være tilfældet, hvis en forening driver forlagsvirksomhed, arrangerer medlemsrejser, driver butikker etc.”

I forarbejderne til den nye markedsføringslov fra 2006 blev der endvidere lagt vægt på, at det er i såvel forbrugernes som erhvervsdrivendes interesse, at markedsmæssigt udbud af varer og tjenesteydelser reguleres af markedsføringsloven og således bliver underlagt samme grundvilkår. Det gælder f.eks. det offentlige udbud af service- og velfærdsydelser til borgerne, det kan være i form af ydelser inden for undervisningsområdet, som undervisning på skoler og i gymnasier. Der behøver ikke nødvendigvis foreligge en konkurrencesituation mellem offentlige og private virksomheder.

Aftenskolekataloger udsendes af de folkeoplysende foreninger, jf. folkeoplysningsloven, og disse foreninger handler i erhvervsøjemed i markedsføringslovens forstand ved at udbyde bl.a. voksenundervisning og foredragsvirksomhed på markedet – og i vidt omfang i konkurrence med private erhvervsvirksomheder, der udbyder tilsvarende tjenesteydelser. Da det er uden betydning for vurderingen efter markedsføringsloven, at foreninger efter folkeoplysningsloven ikke må oprettes eller drives i kommercielt øjemed, og at evt. overskud, der opstår gennem brugerbetaling, skal tilfalde foreningen og anvendes inden for lovens område og ved foreningens opløsning tilfalde et almennyttigt formål, er katalogerne anset for reklamer i retningslinjerne. En tilsvarende vurdering skal foretages af en lokal forenings aktiviteter i et lokalområde.

Kirkeblade er adresseløse forsendelser, der ikke har karakter af erhvervs-mæssig aktivitet, og derfor kan omdeles.”

Med venlig hilsen

Lars Barfoed