

Dansk markedsføringsforbund har ikke umiddelbart virksomheder indenfor kioskbranchen blandt deres medlemskreds, hvorfor deres tiltag har været af mere generel karakter. Forbundet har således løbende dækket debatten via deres daglige elektroniske nyhedsbreve og gennem deres fagblad »Markedsføring«.

DRB (Dansk Reklame og relationsbureauers brancheforening) finder ikke, at deres medlemmer er involveret i de beskrevne aktiviteter, men at man dog gerne vil viderebringe opfordringen om, at der skal vises særlige hensyn over for børn og unge. Foreningen har derfor udsendt et cirkulære herom.

DSB Restauranter og Kiosker A/S har i mange år haft en politik om ikke at udstille erotisk materiale i børnehøjde. I 1999 afholdt man et seminar med deltagelse af alle bestyrere og franchisetagere samt hovedparten af førstedamer og -mænd, hvor denne politik blev gennemgået. Der er opstillet retningslinier, der kræver, at sådanne varer altid skal stå på de to øverste hylder på vægfag eller på øverste hylde på gulvfag afskærmet af en »iset« akrylplade, der dækker 2/3 af bladet. DSB Restauranter og Kiosker A/S har desuden etableret en systematisk opfølgning i form af besøgsrapporter, der 8 gange årligt gennemgås med forretningens leder, hvori der bl.a. følges op på, om disse retningslinier overholdes.

DSK – de samvirkende købmænd har ved et faxnyhedsbrev orienteret deres medlemmer om Forbrugerombudsmandens henstilling den 30. januar 2001, og foreningens stikprøver viser, at henstillingen efterleves.

Nærbutikkernes Landsforening har omtalt Forbrugerombudsmandens henstilling i foreningens fagblad i marts 2001 og har i en leder i bladet opfordret til, at pornografisk materiale flyttes væk fra børnehøjde.

Oliebranchens Fællesrepræsentation har set det som sin opgave at videreformidle henvendelsen fra Forbrugerombudsmanden, idet medlemsvirksomhedernes markedsføringsforhold specifikt er undtaget fra fællesrepræsentationens formål. Man har i januar 2001 udsendt et cirkulære om Forbrugerombudsmandens henstilling til medlemsvirksomhederne og har benyttet den aktuelle anledning til at genudsende Forbrugerombudsmandens brev. Samtidig har man indhentet oplysninger om virksomhedernes praksis, der viser, at selskabernes politik er i overensstemmelse med henstillingen, og at selskaberne har udarbejdet retningslinier for sortiment, placering og afskærmning af disse produkter.

Handelskammeret, Dansk Dagligvareleverandør Forening, Danske Dagblades Forening, Dansk Magasinpresse, Advokatrådet, Landsrepræsentationen for Danske Distriktsblade og Lokaltaviser har ikke svaret.

Andre oplysninger

Forbrugerombudsmanden har den 15. april 2002 modtaget en henvendelse fra Pornofrit Miljø med en liste over ca. 150 tilfælde af udstilling af porno i børnehøjde/synligt. Det fremgår af listen, at langt de fleste tilfælde ligger forud for Forbrugerombudsmandens henstilling fra januar 2001. Forbrugerombudsmanden har videregivet klagen til de organisationer, der har modtaget hans henstilling og de virksomheder, der er omtalt i klagen og har endnu engang opfordret til, at pornografisk materiale fjernes fra børnehøjde.

Vurdering

Det fremgår af de indsendte svar,

- at organisationerne som minimum har viderebragt henstillingen til medlemmerne,
- at mange virksomheder har en udtrykkelig politik om ikke at have pornografisk materiale udstillet i børnehøjde, og
- at flere organisationer løbende har informeret/haft debat om henstillingen.

Samt at DSB – den virksomhed som er gået længst i forhold til Forbrugerombudsmandens henstilling – endog har opstillet særlige detaljerede retningslinier og har etableret en løbende opfølgning på, at disse retningslinier overholdes.

Hertil kommer, at Forbrugerombudsmanden kun har modtaget enkelte henvendelser, efter at henstillingen blev udsendt, samt at Forbrugerombudsmanden endnu engang har gjort opmærksom på reglerne i forbindelse med Pornofrit Miljø's klage.

Det kan således konstateres, at Forbrugerombudsmandens henstilling bør være virksomhederne bekendt, at en række virksomheder indenfor kiosk- og detailhandel har opstillet konkrete politikker for at sikre, at børn ikke kan se udstillede pornoprodukter, at Forbrugerombudsmanden kun har modtaget få henvendelser om udstilling af porno i børnehøjde efter udsendelsen af henstillingen i januar 2001, og at Forbrugerombudsmanden endnu engang har henledt organisationernes og virksomhedernes opmærksomhed på problemstillingen.