

hvervsmæssig aktivitet, omfattet af disse retningslinjer. Det betyder samtidig, at såvel distributør som afsender og udgiver, f.eks. det lokale pizzerias egen omdeling af reklamer eller udgiverens egen budomdeling af en gratis avis, er omfattet af retningslinjerne. Alle parter skal derfor respektere det nye nej tak.

Yderligere vil jeg gerne fremhæve, at det er oplyst over for mig, at når Forbrugerombudsmanden udsteder retningslinjer, så gælder markedsføringslovens almindelige sanktionssystem. En eventuel lovgivning inden for mit ministerium ville kun have reguleret distributørernes omdeling. Forbrugerombudsmandens nye retningslinjer omfatter derimod som nævnt såvel distributører som afsendere. Derfor er det min opfattelse, at den nye regulering på en god og hensigtsmæssig måde imødekommer de borgere, som ikke ønsker at modtage reklamer og gratisviser.

Jeg vil meget gerne benytte lejligheden her til positivt at anerkende den betydelige indsats, som Forbrugerombudsmanden har gjort med hensyn til at få hele branchen til at bakke op om de her retningslinjer.

Jeg skal også nævne, at når retningslinjerne har virket i 1 år, vil Forbrugerombudsmanden evaluere dem sammen med branchen. På det grundlag vil jeg på regeringens vegne afvise det foreliggende beslutningsforslag, selv om jeg sådan set er enig i intentionerne i det. Jeg synes sådan set, at grundtanken er fornuftig. Man kan sige, at Forbrugerombudsmanden bare har overhalet forslaget indenom og i virkeligheden gennemført noget, som jeg tror er bedre, end hvis vi havde gennemført en lovgivning.

Kl. 14:50

Formanden:

Ja tak. Der er et ønske om en kort bemærkning fra hr. Per Clausen.

Kl. 14:50

Per Clausen (EL):

Der er to ting, og det første er for at være helt sikker: Det, jeg forstår transportministeren siger, er, at den her frivillige aftale gælder for alle, uanset om man er en del af den frivillige aftale eller ej. Så de organisationer, der har antydnet, at de var på vej ud af aftalen, er en del af den, uanset hvad de måtte finde på, fordi det får den samme gyldighed, som hvis det er Forbrugerombudsmanden, der udsteder nogle bestemmelser om, at sådan er det.

Det første vil jeg bare være helt sikker på. Det andet, som jeg synes at ministeren måske også

kunne være en lille smule opmærksom på, er, at man jo faktisk har forhandlet sig frem til en løsning, som er i strid med den, forbrugerne ønsker. Hvis man ser på forbrugernes ønsker, så fremgår det af den Synovateundersøgelse, som ministeriet selv har fået lavet, at forbrugerne ikke ønsker ændringer i de eksisterende nej tak-ordninger. Og man har faktisk ændret de eksisterende nej tak-ordninger og indført en bestemmelse om, at f.eks. brochurer fra aftenskoler osv. også er omfattet af et »nej tak til reklamer«, i direkte modstrid med, hvad de mennesker, der har deltaget i undersøgelsen, har sagt, at de ønskede.

Kl. 14:51

Formanden:

Ministeren.

Kl. 14:51

Transportministeren (Lars Barfoed):

Man er jo nødt til at have en rimelig enkel opdeling, så det ikke er kompliceret at finde ud af, hvilke forsendelser der må afleveres ind ad brevsprækken, og hvilke der ikke må afleveres ind ad brevsprækken. Så der er grænser for, hvor meget man sådan kan graddele de forskellige typer af forsendelser, som man ikke vil have eller gerne vil have. Derfor har man altså her fundet den mest hensigtsmæssige måde at opdele det på.

Forbrugeren kan jo så vælge gerne at ville have de her ting, eller forbrugeren kan sørge for selv at få rekvireret det materiale, man gerne vil have fra aftenskolen. Det vil aftenskolen jo helt sikkert være villig til at sende, og man kan sikkert også hente det på biblioteket og andre steder. Så de materialer, man gerne vil have, er helt sikkert tilgængelige for den enkelte. Formentlig vil man også kunne se det på internettet, for så vidt angår de fleste aftenskoler.

Kl. 14:52

Formanden:

Hr. Per Clausen for en kort bemærkning.

Kl. 14:52

Per Clausen (EL):

Jeg opfatter det nu nok lidt anderledes. Jeg opfatter det sådan, at der er nogen, som har haft en interesse i at gøre det så lidt attraktivt som muligt at sige nej tak til reklamer. Og så har man sørget for at få noget med i det, folk fravælger, som man ved at de gerne vil have. Det synes jeg måske ikke er så hensigtsmæssigt, hvis det handler om at give folk den størst mulige frihed. Vi havde jo faktisk nogle enkle og forståelige