

'Nej-tak' reklameordning forbedres

Fra 2012 bliver det langt nemmere for forbrugerne at sige 'Nej tak' til reklamer i postkassen og som noget nyt får erhvervsdrivende også mulighed for at sige 'Nej tak'. Ordningen indebærer, at man kan sætte et nyt klistermærke på sin postkasse, hvis man ikke ønsker reklamer og gratisaviser. Det nye klistermærke gælder for 2012-2013. Ordningen nyder bred opbakning, og er forhandlet mellem Forbrugerombudsmanden og en række parter som DRRB, Dansk Erhverv, Forbrugerrådet, medier, distributører mv.

'Reklamer nej-tak' ordningen har nu eksisteret i to år og parterne har evalueret opstarten. Generelt har der både blandt forbrugerne og i branchen været stor tilfredshed med ordningen og kritikken har været svær at få øje på. Den kritik, der har været fra forbrugerne, går hovedsageligt på, at det bør være flere alternativer til at skulle gå på posthuset for at sige 'Nej tak'. Og så har der været klager fra erhvervsdrivende, der driver erhverv fra den private bopæl, som frisører og håndværkere, der har ønsket at kunne sige 'Nej tak'. På baggrund af de relativt få klager, der har været, har branchen alligevel valgt at imødekomme ønskerne fremover.

Nemmere at afmelde reklamer

Fremover bliver det nemmere at frabede sig reklamer. Alle hustande der allerede bruger 'Nej tak' ordningen, får et brev, hvor der er alternative måder at sige 'Nej tak' på. Man kan udfylde og returnere et vedlagt kort. Man kan foretage ændringen elektronisk via ePosthuset, hvor man logger på med sit NemID. Eller man kan gå på posthuset. Uanset hvordan man afmelder, skal man selv sætte det nye klistermærke på sin postkasse efterfølgende.

En anden forbedring er, at de private hustande, der i dag har sagt 'Nej tak' til reklamer, ikke får nulstillet deres registrering. De får tilsendt et brev og hører man ikke fra dem, får de automatisk tilsendt det nye 2012-2013 klistermærke til postkassen, som de skal sætte på døren.

"Det er vigtigt for os, at ordningen bliver så nem som muligt for forbrugerne. Det er derfor positivt for de forbrugere, der én gang har sagt 'Nej-tak', at de ikke skal gøre andet end at sætte klistermærket på deres postkasse.", siger Bjørn Karsholt, direktør i DRRB.

Frisøren kan nu også sige 'Nej tak' til reklamer

Den anden væsentlige ændring ved ordningen er i forhold til erhvervsdrivende, der fremover også kan sige 'Nej tak'. *"Egentlig er der kun relativt få klager fra erhvervsdrivende, men vi ser sådan på det, hvis de ikke ønsker reklamerne, har vi ikke interesse i at sende til dem. Faktisk er vi gået længere end loven foreskriver. Det gør 'Nej tak' ordningen unik, ligesom det er unikt, at vi frivilligt har indgået aftalen samt at vi løbende evaluerer den. 'Nej tak' ordningen skal være ligeså dynamisk som 'god markedsføringskik' er.",* siger Bjørn Karsholt

Yderligere information, kontakt:

Bjørn Karsholt, Direktør DRRB på telefon 22 43 33 44

Fakta om Reklamer nej tak

Retningslinjerne:

Ordningen har sit udspring i markedsføringslovens § 1 om god markedsføringskik og er præciseret i "retningslinjer om god markedsføringskik ved omdeling af adresseløse forsendelser".

Nej tak har to ordninger for at undgå reklamer

"Reklamer – Nej tak"

Der må ikke omdeles reklamer mv., dog kan telefonbøger, lokale vejvisere, aftenskolekataloger mv. omdeles, ligesom aviser og andre skrifter kan omdeles.

”Reklamer og gratis aviser – Nej tak”

Der må ikke omdeles reklamer mv. samt aviser og andre skrifter.

Undtagelser om ”offentlig information”

Uanset tilmelding til en ”nej tak”- ordning kan der omdeles adresseløse forsendelser, som ikke er kommercielle eller erhvervsmæssige. Det kan være offentligt informationsmateriale, materiale fra politiske partier eller religiøse institutioner mv.

Hvem kan tilmelde sig nej tak?

Private husstande, der bruges til helårsbeboelse.

Fritidsboliger (for eksempel sommerhuse, kolonihaver)

Erhvervsdrivende

Boliger uden bopælspligt (en anden bolig end din folkeregisteradresse, fx lejlighed i byen)

Mærkning

Efter tilmelding får du tilsendt et klistermærke gældende for 2012-2013. Mærket skal sættes op tæt på postkassen, så omdelere tydeligt kan se, at reklamer ikke ønskes.

Forhandlingsparterne

Forbrugerombudsmanden, DRRB, Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening, Forbrugerrådet, Brancheforeningen af Danske Distributions virksomheder, Danske Avis-, Post- og Reklamedistributører, Dansk Erhverv, DI, Danske Dagblades Forening, Foreningen af danske lokale ugeaviser, Post Danmark A/S, Forbruger-Kontakt, North Media A/S, Finansrådet, Forsikring & Pension, Dansk Annoncørforening.