

Spm. nr. S 1827

Til erhvervsministeren (27/2 01) af:

Peter Skaarup (DF):

»Mener ministeren, at det er i overensstemmelse med god markedsføringsskik, herunder i overensstemmelse med markedsføringsloven, at Fællesantennefirmaet Stofa Kabel uopfordret fremsender kontrakter klar til underskrift til personer, der har erhvervet ejendom samt i tilknytning hertil fremsender et fravalgskort, der skal tilbagesendes til Stofa Kabel såfremt man ikke ønsker at modtage en bestemt »pakke« med kanaler?«

Begrundelse

I et konkret tilfælde fra Næstved har en person, der netop har erhvervet en ejendom i Næstved Centrum, uopfordret fra Stofa Kabel modtaget en abonnementskontrakt klar til underskrift i forbindelse med tilslutning til byfællesantenneanlæg. Kontrakten, der ved fremsendelsen allerede er underskrevet af Stofa Kabel, indeholder en række regler i forbindelse med abonnementet.

Stofa Kabel fremsender samtidig et såkaldt pakkevalg, hvor man kan vælge mellem tre forskellige programpakker med pakke 1 som den billigste løsning, 2 som den mellemste og 3 som den dyreste. I forbindelse hermed fremsendes også et såkaldt »Fravalgskort«, som skal udfyldes og tilbagesendes, hvis man ikke vil modtage programpakke 3 – altså den dyreste. Returneres »Fravalgskortet« ikke, får man automatisk programpakke 3.

Spørgeren mener ikke, at det er i overensstemmelse med god markedsføringsskik og i strid med markedsføringsloven, at Stofa Kabel på denne måde uopfordret henvender sig til folk. Vil man købe en vare, er det normalt sådan, at køberen selv skal henvende sig. Samtidig er det praksis, at en køber ikke skal fravælge noget, men tværtimod selv tilvælge en vare.

Denne form for aggressiv markedsføring, som Stofa Kabel her benytter sig af, kan være med til at bøndefange mange mennesker, og det ønsker spørgeren sat en stopper for.

Svar (7/3 01)

Erhvervsministeren (Ole Stavad):

Erhvervsdrivende må i henhold til markedsføringslovens § 1 ikke foretage handlinger, som strider mod god markedsføringsskik.

Ifølge fast praksis betyder dette bl.a., at man ikke må udsende materiale, der giver indtryk af, at man allerede har indgået en aftale, hvor dette ikke er tilfældet, ligesom man ikke må benytte sig af negativ aftalebinding.

Ved negativ aftalebinding forstås det forhold, at en erhvervsdrivende til forbrugere uanmodet udsender »tilbud«, som kræver en aktiv handling fra forbrugers side, hvis denne ikke ønsker at være bundet af »tilbudet«.

I det omfang Stofa Kabel (Telia Stofa A/S) uanmodet fremsender abonnementskontrakter, der kræver et aktivt fravalg for ikke at blive bundet, er der derfor som udgangspunkt tale om et forhold i strid med markedsføringslovens § 1.

Jeg kan oplyse, at Forbrugerombudsmanden efter at være blevet bekendt med sagen har tilkendegivet, at han tager denne op til behandling.

Spm. nr. S 1888

Til trafikministeren (2/3 01) af:

Peter Skaarup (DF):

»Vil ministeren, som opfølgning på spørgsmål nr. S 1593, give en besvarelse af, om en kommunes opkrævning af et beløb for opstilling af reklame- og vareudstillingsarrangementer på udearealer er en ren afgift eller en leje efter aftale/lejeloven, herunder oplyse om der er et maksimum for den årlige stigning i sådanne afgifter?«

Begrundelse

Af svaret på spørgsmål nr. S 1593 fremgår desværre ikke en besvarelse af spørgsmålets sidste led, hvorfor det er spørgerens håb, at dette vil kunne ske i forbindelse med besvarelse af nærværende spørgsmål.