

# Information till fastighetsägare

Svensk Direktreklam är Sveriges största privata direktreklamföretag med 45 lokala kontor över hela landet.

Vi delar ut oadresserad och adresserad direktreklam åt uppdragsgivare i alla storlekar och alla branscher. Den lokala gratistidningen distribueras också ofta av oss.



Svensk Direktreklam täcker ca 3,9 miljoner av Sveriges 4,3 miljoner hushåll med egen utdelarorganisation. År 2008 distribuerade vi ca en miljard trycksaker till svenska brevlådor.

Svensk Direktreklam är registrerad postoperatör hos Post- och Telestyrelsen (PTS). Det betyder att vi har tillstånd att bedriva postverksamhet enligt Postlagen. Enligt skrivelse från PTS (se nästa sida) ska postoperatörer beredas tillträde till brevkasterna för att kunna utföra sitt befodringsuppdrag på ett tillförlitligt sätt.

Att få tillgång till portuppgångar och brevlådor är inte bara en förutsättning för att vi ska kunna genomföra våra utdelningsuppdrag. Det är också en rättighet för alla boende att få den viktiga samhällsinformationen, tidningarna och andra adresserade och oadresserade trycksaker som distribueras av Svensk Direktreklam.

## UTDELNING UNDER HELGEN

För att kunna genomföra vårt utdelningsuppdrag behöver vi få tillgång till portkod eller annan alternativ öppningsanordning till din fastighet. Utdelningen äger rum under lördag och söndag, dagtid 08.00–21.00 (mycket sällan efter 18.00).



I undantagsfall kan komplettering behöva göras, vilken i så fall ska vara utförd senast tisdag klockan 12.00. Vi behöver därför få tillgång till fastigheten även under måndagar

08.00–21.00 samt tisdagar 08.00–12.00.

Ny kod kan du anmäla till oss på <http://portkoder.sdr.se/>

## SEKRETESSFÖRSÄKRAN

Alla våra utdelare genomgår en personlig introduktion och utbildning innan anställningen för att

kunna uppträda på ett korrekt sätt när de utför sitt uppdrag. Vi har också som krav att våra utdelare skriver under att de tagit del av all information, bl a om den sekretess som täcker hanteringen av låsta portar, portkoder, nycklar mm.

## TILLFÖRLITLIG DISTRIBUTION

Det är viktigt att Svensk Direktreklam har samma behörighet som Posten och Pressens Morgontjänst. Som postoperatör förväntas vi alltid utföra våra uppdrag från kommuner, myndigheter och företag till de avsedda målgrupperna på ett tillförlitligt sätt.

För att det ska kunna ske är vi beroende av att ha en god relation och ett bra samarbete med dig som äger eller förvaltar en fastighet, alternativt representerar en bostadsrättsförening.

På [www.sdr.se](http://www.sdr.se) kan du läsa mer om oss. Du är också välkommen att kontakta oss för ytterligare information eller synpunkter.



Svensk Direktreklam

[www.sdr.se](http://www.sdr.se)

# Postlagen i korthet

Den 1 februari 1994 fick Sverige en ny postlag (1993:1684). I den framhävs bl a att det i Sverige ska finnas en riktäckande postservice, som innebär att brev och paket ska kunna nå alla oavsett adressort. Lagen föreskriver att postverksamhet får bedrivas först efter anmälan hos Post- och Telestyrelsen, som sedan bevakar att postservicen motsvarar samhällets behov.

## POSTOPERATÖR

### – RÄTTIGHETER OCH SKYLDIGHETER

Den 1 mars 1993 upphörde Postens monopol på brevtudning och konkurrensen släpptes fri. Svensk Direktreklam beviljades tillstånd av Post- och Telestyrelsen (PTS) att bedriva postverksamhet enligt Postlagen (1993:1684). Det innebär bl a att verksamheten ska tillgodose rimliga krav på tillförlitlighet och att skyddet för avsändarnas och mottagarnas personliga integritet upprätthålls.

## TILLGÅNG TILL PORTKODER

I Postlagsutredningen (SOU 1993:9 sid 166) står följande: ”Att en postoperatör får tillgång till portkoder i fastigheterna inom det eller de distrikt där han verkar är en självklar förutsättning för verksamheten. Det får förutsättas att fastighetsägarna medverkar till detta, så att ingen postoperatör utestängs från möjligheten att dela ut försändelser”.

## ADRESSERADE FÖRSÄNDELSER

Försändelser som delas ut kan vara adresserade eller oadresserade. När det gäller adresserade försändelser säger Postlagen att innehållet är ”adressatens egendom”. Det innebär att distributören inte självständigt får avgöra vilka försändelser som är att anse som reklam eller inte.

## OADRESSERADE FÖRSÄNDELSER

Svensk Direktreklam och Posten har, genom branschorganisationen SWEDMA, gjort en överenskommelse med Konsumentverket om hur och till vilka som oadresserade försändelser ska delas ut. De oadresserade försändelserna är indelade i två olika kategorier:

### *Gruppförsändelser*

Försändelser som innehåller samhällsinformation, t ex valmaterial, kommun- och landstingsinformation, busstidtabeller etc. Överenskommelsen med Konsumentverket innebär att vi som distributör måste dela ut försändelser till samtliga hushåll inom distributionsområdet, även till dem som i övrigt undanbett sig reklam.

### *Gruppreklam*

Huvudsakligen kommersiella försändelser som ska delas ut till alla som inte undanbett sig reklam. Det räcker med en lapp där det står ”Nej tack till reklam” på brevlådan så delas inte försändelsen ut.



Svensk Direktreklam

[www.sdr.se](http://www.sdr.se)