

31-10-2019 | ERHVERVSSAMMENSLUTNINGEN

Spamforbuddet og andre uanmodede henvendelser

Overzicht over reglerne – uanmodet henvendelse

- Henvendelser ved brug af **elektronisk post**, et automatisk opkaldssystem eller telefax, MFL § 10, stk. 1, UP: opt-in, alle
- Henvendelser til en bestemt fysisk person ved brug af **andre midler til fjernkommunikation**, fx personlig stilet brev, MFL § 10, stk. 4, opt-out
- **Telefoniske** henvendelser, FAFL § 4, stk. 1, UP: opt-in, enkelte undtagelser: opt-out (MFL § 10, stk. 4), forbrugere
- **Personlig** henvendelse bopæl mv., FAFL § 4, stk. 1, opt-in, forbrugere
- **Andre henvendelser**: God skik (MFL § 3), fx ”reklamer nej tak”, bluetooth-sag

§ 10, stk. 1 – spamforbuddet

*”En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af **elektronisk post**, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på direkte **markedsføring**, medmindre den pågældende har givet sit forudgående samtykke hertil. Den erhvervsdrivende skal give mulighed for let og gebyrfrit at tilbagekalde samtykket.”*

Gælder over for alle modtagere, dvs. uanset om forbruger, andre virksomheder, off. myndigheder, info-mail mv.

Elektronisk post

Stammer fra **ePrivacy-direktivet** fra 2002.

Teknologineutral og fortolkes bredt. "Et dynamisk begreb, der til enhver tid skal ses i lyset af markedsudviklingen og den teknologiske udvikling."

MFL § 2, nr. 15: "*Enhver **meddelelse** i form af tekst, stemmegengivelse, lyd eller billede, som **sendes** via et **offentligt kommunikationsnet**, og som kan **lagres** på nettet eller på modtagerens terminaludstyr, indtil meddelelsen hentes af modtageren*".

Elektronisk post

- ✓ Mail, SMS, MMS
- ✓ Digital post (e-Boks)
- ✓ Privat beskeder på sociale medier
- ✓ Notifikationer på sociale medier
- ✓ Push beskeder fra apps
- ÷ Telefonisk henvendelser, FAFTL
- ÷ Intranet
- ÷ Pop-up reklamer
- ÷ News feed, MFL § 10, stk. 4
- ÷ Bluetooth, MFL § 3



The logo for eBoks.dk, featuring a red square with a white lowercase 'e' followed by the text 'Boks.dk' in a bold, black, sans-serif font.



Med henblik på markedsføring

Markedsføring: Enhver form for markedsføring, herunder imagemarkedsføring (branding)

✓ Tilbud, rabatkoder, nyhedsbreve, konkurrencer mv.,

✓ "Tabt kurv"

÷ Tilfredshedsundersøgelser, neutrale markedsundersøgelser

÷ Servicemeddelelser

- Indholdet er afgørende, ikke hvad man kalder den

- Primært relevant i eksisterende kundeforhold

- ✓ Ændringer i policen, prisstigning på abonnement, ny lovgivning mv.

- ✓ Gode råd af oplysende karakter til abonnenter (fx råd ved stormvarsel, råd til at spare på el-forbruget, funktion med advarsler om store stigninger i forbrug mv.)

Gyldigt samtykke

- *Forudgående* samtykke
 - ÷ Der kan ikke sendes en mail, hvor der indhentes samtykke
- Et samtykke skal være udtryk for en *frivillig, informeret og specificeret viljetilkendegivelse* (MFL § 2, nr.14)
- Samtykket er personligt, ikke gives af andre
- På den oplyste elektroniske adresse
- Børn, under 13 år kan ikke give samtykke
- Ingen formkrav, men FO anbefaler skriftlighed
- Det skal stå i samtykketeksten, at samtykket kan trækkes tilbage



Frivilligt samtykke

- Reelt og frit valg
- Indgåelse af aftale om køb af en vare eller en tjenesteydelse må *ikke* være betinget af et samtykke til markedsføring
 - Undtagelse: Hvis samtidig mulighed for at få et andet, tilsvarende tilbud evt. mod betaling
- En virksomhed kan dog i et vist omfang motivere en person til at give samtykke ved at tilbyde en fordel for at give samtykket. Et manglende samtykke må dog ikke medføre negative konsekvenser, fx meromkostninger.
- Præmiere samtykke med lod i en konkurrence
- Fordelsprogram?

Informeret samtykke

Personen skal være klar over, at der gives et samtykke til markedsføring

- Aktivt valg
- Forhåndsafkrydsede felter opfylder ikke kravet
- Ikke tilstrækkeligt, at det alene fremgår af standardvilkår/handelsbetingelser
- Adskilt fra fx accept af handelsvilkår

Specificeret samtykke

Det skal klart og utvetydigt fremgå, *hvad* der meddeles samtykke til:

- **Hvilken kommunikationsform**
 - Mail, sms, digital post (udtømmende liste)
 - "sociale medier" er ikke nok, i stedet "privatbeskeder på Facebook"
- **Hvilke produkter eller produktkategorier**
 - Kan formuleres forholdsvis bredt.
 - "Inden for vores produktsortiment" er nok hvis almen kendt, fx supermarked, byggemarked mv.
- **Fra hvem**
 - Navnet på den virksomhed, der vil markedsføre sig + brands
 - Samtykket skal gives til de enkelte virksomheder i koncernen



Opdatering/udvidelse af samtykke

- UP: Kræver nyt samtykke, der skal opfylde alle betingelser
- FO opfattelse: Hvis har givet samtykke til markedsføring pr. mail, er det lovligt at sende en mail og bede om opdatering af samtykket, selvom det indebærer en udvidelse af samtykket. NB kan ikke bruges til at indhente samtykker på vegne af andre virksomheder
- Det ”nye samtykke” skal opfylde betingelser til et samtykke, fx ikke lovligt med ”passivitet”

Et samtykket skal kunne trækkes tilbage

Let:

- ✓ Det skal som minimum være muligt at tilbagekalde samtykket på samme medie, som markedsføringen bliver sendt fra.
- ✓ Virksomheden må ikke afvise en tilbagekaldelse foretaget på andre måder
- ✓ Gælder fra det tidspunkt, hvor virksomheden modtager meddelelsen. Er en længere ekspeditionstid nødvendig på grund af rimelige og velbegrundede arbejdsrutiner eller tekniske foranstaltninger, kan dette accepteres
- ✓ Trækkes tilbage hos virksomheden + call center/publisher mv., samt leadvirksomhed mv.

Gebyrfrit:

- Ikke kræve betaling (alm. sms-takst er dog ok)
- Har personen opnået en ydelse, fx længere garanti, kan personen ikke miste den igen.

Undtagelse fra spamforbuddet

- Markedsføring til en tidligere kunde
- En lang række betingelser skal være opfyldt

MFL § 10, stk. 2. *”En erhvervsdrivende, der **fra en kunde** har modtaget dennes **elektroniske adresse** i forbindelse med **salg af produkter**, kan uanset stk. 1 markedsføre **egne tilsvarende produkter** til kunden via elektronisk post. Det forudsætter dog, at den erhvervsdrivende giver kunden **klar og utvetydig** mulighed for **let og gebyrfrit** at frabede sig dette både i forbindelse med **afgivelsen** af adressen til den erhvervsdrivende og ved **hver efterfølgende henvendelse.**”*

Tilsvarende produkter

Produkter inden for samme *varegruppe/produktkategori*. Der tages udgangspunkt i det købte produkt

- ✓ Købt bil, tilsvarende produkter er fx service og reparation af bilen.
- ✓ Købt garn, tilsvarende produkter er fx strikkepinde, hæklepinde, strikkeopskrifter, andet tilbehør til strikkegarn
- ✓ Købt flybillet til Rom, tilsvarende produkter er fx flybillet til London
- ✓ Købt cykel, tilsvarende produkter er fx en ringklokke
- ÷ Købt møbel, gryder er *ikke* tilsvarende produkter
- ÷ Købt cykel, knallert er *ikke* tilsvarende produkter
- ÷ Købt chokolade, bukser er *ikke* tilsvarende produkter
- ÷ Købt legetøj, kaffemaskine er *ikke* tilsvarende produkter

NB Vanskeligt bruges som grundlag for at sende nyhedsbreve ud

Dokumentation for samtykke

Bevisbyrden for, at der foreligger et samtykke, der opfylder lovens krav, **påhviler** den erhvervsdrivende

- Samtykket er givet mundligt
 - Meget svært at dokumentere, fx ikke nok at "står i vores systemer"
 - FO anbefaler dobbelt-opt-in
- Samtykke på hjemmeside, i konkurrencer mv.
 - Hvordan så samtykket ud på tidspunktet for afgivelse? (ved konkurrencer skal hele flowet dokumenteres)
 - FO anbefaler dobbelt-opt-in

Ved MFL § 10, stk. 2: Det skal også kunne dokumenteres, at betingelserne for at anvende MFL § 10, stk. 2, var til stede.

NB: Dokumentation skal gemmes i op til 2 år efter, det sidst har været anvendt

Strafansvar og bøder

- Overtrædelse af spamforbuddet kan straffes, hvis handlet uagtsomt (også simpel).
- Bødestraf. Bødeberegningsmodel, minimumsbøde på 10.000 kr.
- Virksomhederne kan ikke undgå strafansvar ved at lade en underleverandør indhente samtykker eller sende markedsføringen ud
- Også andre virksomheder end den virksomhed, der foretager henvendelsen, kan blive ansvarlige for overtrædelse af spamforbuddet, fx en leadvirksomhed der indhenter samtykker eller en publisher, der sender markedsføringen ud

Vil du vide mere?

- www.forbrugerombudsmanden.dk
 - Spamvejledningen
 - Hvad gælder? - spam
 - FAQ om § 10
 - "Find en sag"
 - Podcast i samarbejde med e-mærket, iTunes
 - Forhåndsbeskeder

Spørgsmål?
