

fremtiden starter her...

Gode råd om...

Markedsføring – uanmodede henvendelser og spam



INDHOLD

| | |
|---|-----------|
| 1. Indledning | 3 |
| 2. E-mails og anden elektronisk post | 3 |
| ”Nogen” | 3 |
| ”Direkte markedsføring” | 3 |
| Krav til samtykket | 4 |
| Det skal være let at framelde sig | 5 |
| Eksisterende kundeforhold | 6 |
| 3. Adresserede reklamebreve med posten | 7 |
| 4. Navneløse postforsendelser | 8 |
| 5. Telefoniske henvendelser | 9 |
| 6. Bødestraf | 9 |
| 7. Mere information | 10 |

Gode råd om uanmodede henvendelser og spam

1. Indledning

Erhvervsdrivende, som ønsker at markedsføre sig elektronisk, fx via e-mail, sms eller telefonopkald, har pligt til at overholde særlige regler i markedsføringsloven. Det gælder uanset om markedsføringen retter sig mod private personer eller mod andre erhvervsdrivende.

Som udgangspunkt vil elektronisk markedsføring kræve et forudgående samtykke fra modtageren. Samtidig stilles der store krav til formen af et sådant samtykke.

Denne pjece beskriver reglerne for elektronisk markedsføring, herunder hvordan erhvervsdrivende indhenter et lovligt samtykke til at kunne markedsføre sig elektronisk. Ligeledes redegør pjecen for i hvilke tilfælde, at den erhvervsdrivende uden samtykke kan markedsføre sig via adresserede reklamebreve sendt med posten.

Reglerne om elektronisk markedsføring er reguleret i markedsføringslovens § 10 – den såkaldte ”spam-paragraf”, som er optrykt sidst i denne pjece.

2. E-mails og anden elektronisk post

Erhvervsdrivende må som udgangspunktet hverken sende e-mails, sms, mms eller anden elektronisk post til *nogen* med henblik på *direkte markedsføring*, medmindre de pågældende på forhånd har givet deres *samtykke*. Det fremgår af markedsføringslovens § 10, stk. 1.

”Nogen”

Udtrykket *nogen* skal forstås bredt og omfatter både fysiske og juridiske personer, herunder offentlige institutioner og foreninger. Hertil kommer alle erhvervsdrivende og forbrugere, som også er omfattet af loven.

”Direkte markedsføring”

Udtrykket, som skal forstås bredt, omfatter ikke kun konkrete købstilbud, der bliver fremsendt elektronisk, men også andre former for markedsføringshen-

vendelser, som fx e-mails, der bliver udsendt for at skabe opmærksomhed om virksomhedens navn eller brand, nyhedsbreve samt opfordringer til at deltage i en konkurrence eller lignende.

Det er i begrænset omfang tilladt for erhvervsdrivende at udsende bagudrettede brugerundersøgelser uden samtykke som fx: ”Levede vores service op til forventningerne?”, men hvis henvendelsen bærer præg af imagepleje, vil der være tale om en overtrædelse af loven.

Dansk Erhverv anbefaler, at virksomheder, som overvejer at iværksætte en brugerundersøgelse, søger juridisk rådgivning.

Krav til samtykket

Det kræver et forudgående samtykke, hvis en erhvervsdrivende vil markedsføre sig direkte via e-mail, sms, mms eller telefonisk henvendelse. Samtykket skal indhentes på lovlig vis, fx gennem virksomhedens hjemmeside, ved opfordringer i trykte reklamer eller ved adresseret brev til modtageren. Sidstnævnte forudsætter, at modtageren ikke har frabedt sig dette. Det er ikke lovligt at indhente et samtykke ved at sende en e-mail, sms eller lign. direkte til modtageren.

Samtykket skal være **frivilligt, specifikt** og **informeret**. Det er vigtigt, at den erhvervsdrivende opbevarer samtykket forsvarligt, så det til enhver tid kan bevises, at der er indhentet et samtykke.

At et samtykke skal være specifikt betyder, at den erhvervsdrivende skal oplyse om samtykkets præcise formål, herunder:

- Hvordan modtageren vil blive kontaktet af den erhvervsdrivende.
Fx pr. e-mail, sms el. lign.
- Navnet på den erhvervsdrivende der vil markedsføre sig.
Hvis en koncern vil markedsføre sig, skal alle virksomheder i koncernen nævnes.
- En beskrivelse af det produkt eller den produktkategori, som markedsføringen vedrører.
Fx tilbud på havemøbler, hotelophold, nye it-produkter, revisionsydelse mv.

At samtykket skal være informeret betyder dels, at det skal være klart for modtageren, at der bliver givet et samtykke, og dels at det skal være tydeligt, hvad der gives samtykke til.

Der skal være tale om et aktivt tilvalg, hvor personen, der giver samtykke, fx udfylder et afkrydsningsfelt. Et forhåndsafkrydset felt med teksten: ”Jeg giver samtykke til at modtage markedsføring” er ikke gyldigt.

Det skal være let at framelde sig

Et samtykke skal kunne tilbagekaldes nemt og uden beregning. Den erhvervsdrivende må derfor ikke stille krav om, at samtykket kun kan tilbagekaldes på en særlig måde eller efter en vis periode.

EKSEMPEL PÅ ET LOVLIGT SAMTYKKE:

”Ja tak, jeg vil gerne månedligt modtage markedsføring på [e-mail/sms/mms] fra [virksomhed XX] om [havemøbler/sportsudstyr/it]. Det er til enhver tid muligt at frabede sig fremtidige henvendelser enten ved at kontakte xx eller ved at benytte frameldingslinket i udsendelsen.”

CASE 1

En forbruger påbegynder et køb på et website og indtaster bl.a. sin e-mail-adresse. Købet gennemføres ikke. Må den erhvervsdrivende efterfølgende bruge e-mailadressen til at sende reklamer til forbrugeren?

SVAR:

Afhængig af websitets opbygning kan det være lovligt at sende reklamer til den pågældende e-mailadresse.

Hvis forbrugeren fx tilmelder sig et nyhedsbrev før købet gennemføres, og tilmeldingen til nyhedsbrevet er endelig, er det lovligt at anvende den pågældende e-mailadresse til markedsføring. Er der derimod tale om en situation, hvor forbrugeren tilmelder sig et nyhedsbrev som en del af et køb, og hvor både nyhedsbrev og køb skal bekræftes samlet ved køkets afslutning, forholder det sig modsat.

Det er ikke tilladt at sende en e-mail til de forbrugere, der ikke gennemfører et køb for at forhøre sig om årsagen til afbrydelsen af købet.

Eksisterende kundeforhold

I helt særlige tilfælde kan erhvervsdrivende lovligt udsende elektronisk reklamemateriale til eksisterende kunder uden et forudgående samtykke. Det fremgår af markedsføringslovens § 10. stk. 2.

Hertil stilles bl.a. følgende krav:

- Kunden har tidligere afgivet sin e-mailadresse i forbindelse med køb af et produkt.
- Kunden er ved denne afgivelse klart og tydeligt blevet oplyst om, at der fremover vil blive sendt reklamer til e-mailadressen og har haft mulighed for at frabede sig dette.
- Reklamematerialet må alene omhandle den erhvervsdrivendes egne tilsvarende produkter, dvs. produkter som virksomheden selv forhandler, og som svarer til de produkter, som kunden tidligere har købt.

EKSEMPLER PÅ "EGNE TILSVARENDE" PRODUKTER

- En bilforhandler sælger en bil til en kunde. Bilforhandleren kan efterfølgende lovligt reklamere for service og reparationer, der udføres af bilforhandleren selv, men ikke for syn af bilen foretaget af en anden erhvervsdrivende.
- En virksomhed sælger garn til en kunde. Virksomheden kan efterfølgende lovligt reklamere for strikke- og hæklepinde, garntasker, strikkeopskrifter og andet tilbehør til strikkegarn, som virksomheden selv sælger.

Det kan ofte være svært at vurdere, om betingelserne for at markedsføre sig uden samtykke er opfyldt. Medlemmer af Dansk Erhverv kan få juridisk bistand til en vurdering heraf.

CASE 2

En erhvervsdrivende ligger inde med række e-mailadresser på nuværende og tidligere kunder. Er det lovligt at udsende en tilbudsavis elektronisk til disse e-mailadresser?

SVAR:

Nej, ikke medmindre den enkelte kunde ved afgivelsen af e-mailadressen enten har givet samtykke til at modtage elektroniske tilbudsaviser samt havde mulighed for at frabede sig dette, eller at kravene omkring **eksisterende kundeforhold** er opfyldt. Her gælder det:

1. at den enkelte kunde i forbindelse med det tidligere køb, hvor e-mailadressen blev afgivet, klart og tydeligt blev oplyst om, at der fremover ville blive sendt reklamer til den pågældende e-mailadresse, og
2. at tilbudsavisen udelukkende omhandler egne produkter tilsvarende dem, som kunden tidligere har købt.

3. Adresserede reklamebreve med posten

Bevæger man sig væk fra den elektroniske verden og ser man i stedet på mulighederne for at udsende fysisk reklamemateriale med posten, kan dette lovligt ske til bestemte navngivne modtagere, medmindre de pågældende specifikt har frabedt sig dette. En sådan form for markedsføring kaldes "direct mail" og kræver ikke samtykke.

Reglerne er beskrevet i markedsføringslovens § 10, stk. 5.

Fysiske personer kan frabede sig adresserede reklamer enten ved at tilmelde sig den såkaldte Robinsonliste hos CPR-registret eller ved at give besked direkte til den erhvervsdrivende.

Inden en erhvervsdrivende sender et adresseret reklamebrev til en fysisk person, skal det som minimum sikres, at den pågældende ikke står på Robinsonlisten. Listen opdateres fire gange årligt og kan fås ved henvendelse til CPR-kontorets kundecenter via www.cpr.dk.

Også virksomheder kan frabede sig adresserede reklamer. Det sker ved, at virksomheden registrerer sig som reklamebeskyttet i CVR-registret. Beskyttelsen

er dog begrænset i forhold til, hvad der gælder for fysiske personer. Det skyldes, at den erhvervsdrivende ikke har pligt til at undersøge, om virksomheden er reklamebeskyttet. Anderledes forholder det sig, hvis den erhvervsdrivende har fået direkte besked fra CVR-registeret om, at virksomheden er reklamebeskyttet.

CASE 3

En erhvervsdrivende ønsker at sende adresserede reklamebreve til alle direktører og HR-chefer i en række specifikke virksomheder. Skal den erhvervsdrivende forinden undersøge, om de pågældende personer står på Robinsonlisten?

SVAR

Hvis reklamematerialet sendes til en virksomhedsadresse, attesteret en bestemt stilling i virksomheden, fx "Virksomhed ABC A/S, att.: direktør Søren Hansen", vil dette sidestilles med en reklame til virksomheden. Der gælder derfor ikke noget krav om at skulle undersøge Robinsonlisten.

Adresserede reklamebreve til enkeltmandsvirksomheder eller til et I/S kan være omfattet af reglerne om reklamer til fysiske personer. Dette gælder uanset om der er tale om forbrugere eller erhvervsdrivende.

Hvis en erhvervsdrivende har modtaget kontaktoplysninger på en virksomhed gennem CVR-registret, har den erhvervsdrivende pligt til at undersøge, om den pågældende virksomhed er reklamebeskyttet efter CVR-loven.

4. Navneløse postforsendelser

Reklamemateriale, der sendes uadresseret med posten, er ikke omfattet af markedsføringsloven. Det er, den der omdeler forsendelserne, der har ansvaret for at respektere de modtagere, der har tilmeldt sig "Nej tak til reklamer"-ordningen. Ordningen gælder kun forbrugere og ikke erhvervsdrivende.

5. Telefoniske henvendelser

Reglerne om telefoniske henvendelser findes bl.a. i forbrugeraftaleloven. Her gælder forskellige regler afhængig af, om modtageren er forbruger eller erhvervsdrivende.

Erhvervsdrivende må ikke ringe til forbrugere, der ikke på forhånd har bedt om det eller ikke på anden måde har samtykket dertil. Dette gælder dog ikke, hvis den erhvervsdrivende ringer til forbrugeren om salg af bøger, aviser, ugeblade og tidskrifter, forsikringer, redningstjenester m.fl.

Erhvervsdrivende må som udgangspunkt gerne ringe til en anden virksomhed om salg af produkter eller tjenesteydelser, medmindre den pågældende virksomhed er reklamebeskyttet i CVR-registeret, og den erhvervsdrivende har fået virksomhedens kontaktoplysninger (med reklamebeskyttelse) oplyst af CVR-registeret.

CASE 4

En erhvervsdrivende modtager i forbindelse med en konkurrence en række e-mailadresser, men har ikke bedt om samtykke til at sende reklamemateriale til de pågældende adresser. Må den erhvervsdrivende sende en e-mail til adressen og bede om en tilmelding til virksomhedens nyhedsbrev, eller må virksomheden ringe til dem i stedet?

SVAR

Den erhvervsdrivende må hverken sende en e-mail eller ringe/kontakte telefonisk for at bede om et samtykke.

6. Bødestraf

Forbrugerombudsmanden har stort fokus på spam og modtager årligt mange klager over erhvervsdrivende, der ikke overholder reglerne i markedsføringsloven.

Overtrædelse af reglerne i markedsføringsloven om uanmodede henvendelser og spam kan straffes med bøder. Der findes adskillige eksempler på virksomheder, der er blevet dømt til at betale bøder.

Bøderne udmåles typisk efter en beregningsmodel, hvor hver enkel ulovlig e-mail, sms eller lignende koster 100 kr. pr. stk. Dog er minimumsbøden altid 10.000 kr.

Det betyder, at en bøde for 60 ulovlige e-mails lyder på 10.000 kr., og en bøde for 140 ulovlige e-mails lyder på 14.000 kr.

Konkrete omstændigheder vil kunne formindske eller forstørre bøden.

7. Mere information

Medlemmer af Dansk Erhverv kan modtage rådgivning om uanmodede henvendelser og spam på telefon 3374 6000.

MARKEDSFØRINGSLOVEN

MFL § 10, stk. 1:

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.

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 efterfølgende henvendelser.

MFL § 10, stk. 3:

Retter en erhvervsdrivende henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post med henblik på direkte markedsføring, skal følgende betingelser være opfyldt:

- 1) markedsføringen skal klart kunne identificeres som sådan,
- 2) betingelser for salgsfremmende foranstaltninger skal være let tilgængelige og fremlægges klart og utvetydigt,
- 3) det skal fremgå, på hvis vegne markedsføringen udsendes, på en måde, der ikke er tilsløret eller holdes skjult,
- 4) modtageren må ikke opfordres til at besøge websteder, hvor den erhvervsdrivende, der er ansvarlig for webstedet, ikke opfylder kravene i nr. 1-3, og
- 5) der skal være en adresse, som modtageren kan henvende sig til for at få standset sådanne henvendelser.

MFL § 10, stk. 4.

En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation end nævnt i stk. 1 med henblik på direkte markedsføring, hvis

- 1) den pågældende over for den erhvervsdrivende har frabedt sig dette,
- 2) det fremgår af en fortegnelse, som udarbejdes af Det Centrale Personregister (CPR) hvert kvartal, at den pågældende har frabedt sig direkte markedsføring, eller
- 3) den erhvervsdrivende ved undersøgelse i CPR er blevet bekendt med, at den pågældende har frabedt sig direkte markedsføring.

MFL § 10, Stk. 5.

Stk. 4, nr. 2 og 3, gælder ikke, hvis den pågældende person forudgående har anmodet om henvendelsen fra den erhvervsdrivende.

Dansk Erhverv er erhvervsorganisation og arbejdsgiverforening for fremtidens erhvervsliv. Vi repræsenterer et bredt udsnit af virksomheder og brancher.

Det er Dansk Erhvervs vision at være den mest betydningsfulde politiske repræsentant og foretrukne rådgiver for erhvervslivet

DANSK ERHVERV
BØRSEN
1217 KØBENHAVN K
T. +45 3374 6000
WWW.DANSKERHVERV.DK
INFO@DANSKERHVERV.DK

**DANSK
ERHVERV**