



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

20. januar 2017

Besvarelse af spørgsmål 28 ad L 40 stillet af udvalget den 13. januar 2017 efter ønske fra Karin Gaardsted (S) og Mette Reissmann (S).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12
1216 København K

Spørgsmål:

Vil ministeren i oversigtsform oplyse, hvor i loven forbrugeren henholdsvis skal vælge til (option in) og vælge fra (option out).

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

I forhold til forbrugernes til- og framelding til at modtage markedsføring gælder der følgende:

Den foreslåede § 10, stk. 1, bygger på en såkaldt ”opt in”-ordning. Bestemmelsen forbyder udsendelse af reklamer via elektronisk post, telefax eller automatisk opkaldssystem, med mindre modtageren af reklamen forudgående aktivt har anmodet om at få reklamen på denne måde.

I forhold til den foreslåede § 10, stk. 2 er det formelt set tale om en ”opt out”-ordning. En erhvervsdrivende, der har modtaget en kundes e-mailadresse i forbindelse med salg af et produkt, må efter den foreslåede § 10, stk. 2, markedsføre *egne tilsvarende produkter* til kunden via elektronisk post. Dog skal kunden have mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelse af adressen og ved efterfølgende henvendelser. Forbrugeren skal således have mulighed for med det samme at meddele sælgeren – inden den første reklame er sendt - at forbrugeren ikke ønsker at modtage reklame via elektronisk post, men forbrugeren kan også framelde reklamerne senere.

I det oprindelige lovforslag, som blev fremsat den 12. oktober 2016 indgik endnu en ”opt out”-ordning i § 10, stk. 3. Efter den foreslåede bestemmelse kan en erhvervsdrivende rette henvendelse til en bestemt person hos en anden erhvervsdrivende ved brug af elektronisk post med henblik på direkte markedsføring af egne produkter, når der er et kundeforhold mellem de to erhvervsdrivende, eller hvis afsenderen har fået modtagerens elektroniske adresse direkte fra modtageren i forbindelse med erhvervsmæssig kontakt mellem de to personer.

Både § 10, stk. 1 og § 10, stk. 2, er en implementering af det totalharmosnerende direktiv 2009/136/EF af 25. november 2009 om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred i den elektroniske kommunikationssektor. Efter direktivet skal forbrugerne i § 10, stk. 1-situationer give samtykke til at modtage markedsføring, mens forbruger-

ne i § 10, stk. 2-situationer skal have mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig markedsføring. § 10, stk. 3, udnytter en mulighed i direktivet for at fastsætte særlige regler for erhvervsdrivende. De erhvervsdrivende skal ifølge direktivet alene sikres ”tilstrækkelig beskyttelse”, og for de erhvervsdrivende fastsætter direktivet altså en minimumsgrænse for beskyttelsesniveauet.

En oversigt over opt-in og opt-out i det fremsatte lovforslag kan opstilles således:

Markedsføringslovens § 10, stk. 1	Opt in
Markedsføringslovens § 10, stk. 2	Opt out
Markedsføringslovens § 10, stk. 3	Opt out

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen