

udgifter at gøre indsigelse mod en sådan videregivelse eller anvendelse.

Medlemsstaterne træffer de fornødne foranstaltninger for at sikre, at de registrerede er bekendt med den i litra b), første afsnit, omhandlede ret.«

I *fjernsalgsdirektivets* artikel 10 opstilles nogle begrænsninger for anvendelsen af fjernkommunikation som led i et system med henblik på indgåelse af fjernsalgsaftaler. Bestemmelsen gælder - som resten af direktivet - for erhvervsdrivendes henvendelser til forbrugere, som er fysiske personer. Henvendelser vedrørende finansielle tjenesteydelser er undtaget fra anvendelsesområdet.

Efter artikel 10, stk. 1, må erhvervsdrivende ikke anvende automatiske opkaldssystemer (opkaldsautomater) eller telefax til markedsføring uden forbrugers forudgående samtykke (»opt in-løsning«). Ved automatisk opkaldssystem forstås automatisk opringning til telefonabonnenter. Ved opringningen meddeles der automatisk et indtalt reklamebudskab.

For så vidt angår alle andre fjernkommunikationsteknikker, som - med direktivets formulering - »tillader individuel kommunikation« (tryksager, breve, menneskeligt betjent telefon, e-post, Internet m.v.), skal medlemslandene efter artikel 10, stk. 2, sørge for, at disse teknikker kun kan anvendes til (direkte) markedsføring, hvis forbrugeren ikke klart modsætter sig det (»opt out-løsning«).

Som nævnt under pkt. 2.1 er *fjernsalgsdirektivet* et minimumsdirektiv. Direktivet åbner således umiddelbart mulighed for, at medlemslandene kan vælge at gennemføre en »opt in-løsning« også for andre fjernkommunikationsteknikker end opkaldsautomater og telefax. Efter direktivets artikel 13 gælder specifikke fællesskabsregler, der »kun regulerer visse aspekter af leveringen af varer eller tjenesteydelser«, imidlertid frem for *fjernsalgsdirektivet*, og i direktivets præambel anføres bl.a., at medlemslandene »bør træffe passende foranstaltninger for effektivt at beskytte de forbrugere, der ikke ønsker at blive kontaktet gennem visse former for kommunikation, mod sådanne henvendelser, uden at dette berører de særlige beskyttelsesforanstaltninger, forbrugeren har krav på ifølge fællesskabslovgivningen om beskyttelse af personoplysninger og privatlivets fred« (betragtning nr. 17).

*ISDN-direktivets* artikel 12 indeholder regler om uanmodet markedsføring ved brug af telekommunikation (telefon, telefax, e-post m.v.). Bestemmelsen gælder for henvendelser til fysiske personer, både erhvervsdrivende og forbrugere. Henvendelser om finansielle tjenesteydelser er ikke undtaget fra disse regler.

Efter artikel 12 må opkaldsautomater og telefax ikke anvendes til markedsføring uden modtagerens samtykke. For så vidt angår direkte markedsføring ved brug af andre former for telekommunikation, skal medlemslandene efter direktivet gennemføre enten en »opt in-løsning« eller en »opt out-løsning«.

Det fremgår ikke af direktiverne, hvordan de nødvendige forbud m.v. nærmere skal udformes, og det er således overladt til medlemsstaterne at udforme regler, der effektivt gennemfører direktiverne i national ret.

Kommissionen har på et møde med medlemslandene om gennemførelsen af *fjernsalgsdirektivet* oplyst, at man ud fra en formålsfortolkning af dette direktiv finder, at gennemførelsen af direktivets artikel 10 næppe vil være tilstrækkeligt effektiv, hvis gennemførelseslovgivningen udformes sådan, at det er helt op til den enkelte forbruger selv at rette henvendelse til alle de virksomheder, han ikke ønsker at modtage henvendelser fra, hvis han vil undgå direkte markedsføring.

### 3.2. Lovforslagets udformning

Som det fremgår af pkt. 3.1 ovenfor, er de tre EF-direktivs regulering af spørgsmålet om direkte markedsføring delvis overlappende.

De forpligtelser, som direktiverne samlet opstiller med hensyn til regulering af erhvervsdrivendes markedsføring ved brug af fjernkommunikation, kan sammenfattes i følgende to hovedpunkter:

1. En erhvervsdrivende må ikke anvende opkaldsautomat eller telefax i markedsføringsøjemed over for fysiske personer uden den pågældende persons forudgående samtykke (»opt in-løsning«).

2. Fysiske personer skal have en effektiv mulighed for at modsætte sig, at andre midler til fjernkommunikation anvendes til direkte markedsføring over for den pågældende (»opt out-løsning«).

Ved »direkte« markedsføring forstås, at den erhvervsdrivendes henvendelse sendes til en eller flere bestemte personer. Adresseløse forsendelser, tilbudsaviser, tv-reklamer eller lignende, der sendes til en ubestemt kreds af mulige aftagere, er ikke direkte markedsføring.

Det fremgår ikke af *ISDN-direktivet*, hvornår der er tale om »markedsføring«. Det er i praksis væsentligt at afgrænse, hvilke uanmodede henvendelser i løbende kundeforhold, der ikke er omfattet af forbudet m.v. Løbende kundeforhold er således ikke undtaget, når der rettes henvendelse om afsætning af varer og tjenesteydelser m.v.

Ved vurderingen af, om en henvendelse er omfattet af det foreslåede forbud m.v., må der lægges betydelig