

– kun en kortere oversigt, idet der i øvrigt henvises til det omtalte notat.

3.2. Samspillet mellem L 3, L 147 og L 213.

a) Efter § 5, stk. 2, i forslaget til lov om behandling af personoplysninger skal indsamling af oplysninger ske til udtrykkeligt angivne og saglige formål. Oplysningerne må herefter ikke – medmindre den registrerede giver sit samtykke hertil – undergives en behandling, der er uforenelig med disse formål. Bestemmelsen fastslår det såkaldte formålsbestemthedsprincip (finalité-princippet).

Ønsker en virksomhed *selv at anvende* oplysninger om en forbruger med henblik på markedsføring – og er princippet om formålsbestemthed i lovforslagets § 5 ikke til hinder herfor – skal virksomheden følge den fremgangsmåde, der er beskrevet i § 2 i L 213, altså forslaget til en ny § 6 a i markedsføringsloven.

Det indebærer bl.a., at virksomheden ikke må rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation end e-post, automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på afsætning af varer m.m., hvis den pågældende over for virksomheden har frabedt sig dette.

Det indebærer f.eks. også, at virksomheden skal tjekke, om forbrugeren står på en fortegnelse (en såkaldt Robinson-liste), som udarbejdes af CPR over personer, der i CPR har fået markeret, at de ikke ønsker direkte markedsføring. I bekræftende fald må virksomheden ikke foretage markedsføring over for den pågældende.

Med de fremsatte ændringsforslag til L 3 skabes der – med forslaget til en ny § 29, stk. 3 – mulighed for, at enhver kan få registreret i CPR, at vedkommende frabeder sig henvendelser, der sker i markedsføringsøjemed. Og den forudsatte adgang for en erhvervsdrivende til at tjekke i CPR etableres hermed.

Der skabes også – i forslaget til en ny § 40, stk. 4-5 – hjemmel til, at Indenrigsministeriet udarbejder den fortegnelse, som er forudsat i den foreslåede bestemmelse i markedsføringslovens § 6 a, og som den erhvervsdrivende skal undersøge, inden vedkommende påbegynder uanmodet markedsføring over for en forbruger.

b) Virksomheden skal også iagttage bestemmelsen om formålsbestemthed i L 147 § 5, såfremt vedkommende ønsker at *videregive* oplysninger om en forbruger til en anden virksomhed.

Virksomheden skal herudover opfylde følgende to betingelser:

For det første skal behandlingsreglerne i L 147 § 6, stk. 2-4, om videregivelse i markedsføringsøjemed være opfyldt. Efter disse bestemmelser kræver videregivelse i markedsføringsøjemed udtrykkeligt samtykke fra forbrugeren, medmindre der er tale om generelle kundeoplysninger, som danner grundlag for inddeling i kundekategorier.

Selv om der er tale om generelle kundeoplysninger – som virksomheden således efter § 6, stk. 2-4, kan videregive oplysningerne uden forbrugers udtrykkelige samtykke – må videregivelse *for det andet* kun ske, hvis forbrugeren ikke har gjort indsigelse imod det. Der henvises nærmere til L 147 § 36.

Denne bestemmelse fastslår bl.a., at virksomheden (den dataansvarlige) skal undersøge i CPR, om kunden (forbrugeren) har frabedt sig henvendelser i markedsføringsøjemed. Er det ikke tilfældet, skal virksomheden tydeligt og på en let forståelig måde oplyse kunden om retten til at gøre indsigelse mod videregivelsen. Kunden skal samtidig gives adgang til på en nem måde inden for to uger at gøre sådan indsigelse, og oplysningerne må ikke videregives, inden denne frist er udløbet.

Med det omtalte ændringsforslag til L 3 (forslaget til en ny § 29, stk. 3) etableres den i L 147 forudsatte ordning, hvorefter enhver i CPR kan få indsat en markering om, at den pågældende frabeder sig henvendelser i markedsføringsøjemed.

3.3. Samspillet mellem L 63, L 112, L 147 og L 213.

a) I relation til L 63 har alene lovforslagets § 12 betydning for det omhandlede spørgsmål om markedsføring. Denne bestemmelse regulerer – som anført ovenfor under pkt. 2 – adgangen for udstederen af et betalingsmiddel til at behandle oplysninger om, *hvor* et betalingsmiddel har været anvendt, og *hvad* der er købt. Bestemmelsen regulerer til gengæld udtømmende, i hvilket omfang en udsteder af et betalingsmiddel må behandle – herunder registrere og videregive – disse oplysninger. Og det følger modsætningsvis af § 12, at disse oplysninger ikke må anvendes eller videregives med henblik på markedsføring.

Hvis en udsteder af et betalingsmiddel vil videregive andre personoplysninger end de i § 12