

opstillingssted m.v. Oversigten gøres tilgængelig for offentligheden.«

Sammenfattende indeholder L 268 en særlig regulering af en nærmere angiven form for behandling af (bl.a.) ikke-følsomme personoplysninger.

3. Særligt om virksomheders adgang til at anvende (og videregive) personoplysninger i markedsføringsøjemed

3.1. Indledning.

Til supplerung af den generelle beskrivelse af lovforslagene ovenfor under pkt. 2 skal der i det følgende gives en kortere tværgående beskrivelse af lovforslagenes betydning for spørgsmålet om, i hvilket omfang en virksomhed må anvende, herunder videregive, personoplysninger i markedsføringsøjemed.

Af særlig interesse er *for det første* samspillet mellem på den ene side reglerne i L 3 (CPR) og på den anden side reglerne i L 147 og L 213, jf. herom nedenfor under pkt. 3.2.

Herudover skal *for det andet* omtales samspillet mellem på den ene side reglerne i L 63 om visse betalingsmidler og L 112 om banker og sparekasser og på den anden side de generelle regler herom i L 147 § 6, stk. 2-4, og § 36 og i L 213.

Dette samspil er nærmere beskrevet i Erhvervsministeriets notat af 2. maj 2000 om forskellige spørgsmål vedrørende adgangen for en udsteder af et betalingsmiddel til at behandle personoplysninger. Notatet, der er sendt til Folketingets Erhvervsudvalg, vedlægges til orientering. I det følgende gives derfor – under pkt. 3.3 – 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 formålsbestemtheds-princip (finalité-princippet).

Ønsker en virksomhed *selv at anvende* oplysninger om en forbruger med henblik på markedsføring – og er princippet om formålsbe-

stemthed 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 iagttagelse 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