

Efter § 5, stk. 2, i lovforslaget 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 (et pengeinstitut) selv at anvende oplysninger om en forbruger med henblik på markedsføring – og princippet om formålsbestemthed i lovforslagets § 5 ikke er til hinder herfor – skal virksomheden følge den fremgangsmåde, der er beskrevet i § 2 i justitsministerens forslag til lov om ændring af lov om visse forbrugeraftaler, markedsføringsloven og visse andre love (L 213), altså forslaget til en ny § 6 a i markedsføringsloven.

Det indebærer bl.a., at pengeinstituttet ikke må rette henvendelse til en bestemt fysisk person ved brug af andre midler til fjernkommunikation med henblik på afsætning af varer m.m., hvis den pågældende over for virksomheden har frabedt sig dette. Det indebærer f.eks. også, at pengeinstituttet 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 pengeinstituttet ikke foretage markedsføring over for den pågældende.

Et pengeinstitut skal også iagttage bestemmelsen om formålsbestemthed i lovforslaget § 5, såfremt pengeinstituttet ønsker at videregive oplysninger om en forbruger til en anden virksomhed – det være sig til en anden juridisk enhed inden for koncernen eller til en virksomhed uden for koncernen.

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.

Generelle kundeoplysninger er bl.a. oplysninger om kundens navn, adresse, køn og alder og oplysninger om, at kunden f.eks. er husejer, bil-

ejer, computerejer og lignende. Tilsvarende gælder f.eks. oplysninger om, at der er tale om en kunde til fritidsartikler, til baby- og småbørnsartikler, til økologiske varer, til vin og spiritus eller andre generelt afgrænsede varegrupper. Oplysninger om rent private forhold vil aldrig være generelle kundeoplysninger.

Det bemærkes i den forbindelse, at afgrænsningen af begrebet generelle kundeoplysninger i L 147 ikke er sammenfaldende med afgrænsningen af sædvanlige kundeoplysninger efter bank- og sparekasselovens § 53 a. Det hænger sammen med L 147's meget bredere anvendelsesområde. L 147 omfatter således al behandling af personoplysninger, som helt eller delvis foretages ved hjælp af elektronisk databehandling, jf. herved § 1.

Selv om der er tale om generelle kundeoplysninger – og 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 lovforslagets § 36.

Særligt med henblik på besvarelsen af spørgsmål nr. 25 kan jeg på den anførte baggrund oplyse følgende:

Spørgsmålet om et pengeinstituts adgang til selv at anvende de oplysninger, som instituttet modtager fra kunden i forbindelse med kreditvurdering, til brug for egen markedsføring reguleres ikke af L 112, men må afgøres på baggrund af forslaget til lov om behandling af personoplysninger, herunder navnlig bestemmelsen i lovforslagets § 5, stk. 2, om formålsbestemthed.

Som erhvervsministeren nærmere har redegjort for i besvarelsen af det tilsvarende spørgsmål nr. 10 til L 63, har Registertilsynet udtalt, at den i spørgsmålet omtalte brug af oplysningerne »efter Registertilsynets opfattelse meget vel kan tænkes at være i strid med § 5, stk. 2, i L 147 ... Hvis behandlingen (anvendelse til direkte markedsføring) kan finde sted, skal de påtænkte regler i markedsføringslovens § 6 a iagttages«.

Spørgsmål 26:

Ministeren bedes oplyse, om et finansielt institut som udsteder af et betalingsmiddel må videregive de oplysninger, instituttet modtager i forbindelse med kreditvurderingen af kunden, til koncernforbundne selskaber med henblik på disse markedsføring.