

I lighed med forslaget til lovens § 6 a, stk. 1, er undtagelsen endvidere ikke begrænset til at gælde i forbrugerforhold, men gælder markedsføring pr. elektronisk post til alle kunder, uanset om vedkommende er forbruger, erhvervsdrivende eller en offentlig myndighed, og uanset om kunden er en fysisk eller en juridisk person.

Det foreslås, at det er en forudsætning for at komme ind under undtagelsen, at kunden selv har oplyst sin elektroniske adresse til den erhvervsdrivende. Den erhvervsdrivende kan således ikke benytte elektroniske adresser, der er oplyst af andre. Det er ligeledes en betingelse, at oplysningen er givet i forbindelse med salg af en vare eller en tjenesteydelse. Den erhvervsdrivende kan således kun benytte adresser, der er afgivet i forbindelse med indgåelse af en aftale om salg, vare eller en tjenesteydelse, og kun hvis kunden samtidig bliver oplyst om, at adressen vil kunne blive benyttet til fremsendelse af reklame samt om muligheden for at vælge dette fra. En erhvervsdrivende, der under andre omstændigheder kommer i besiddelse af en kundes elektroniske adresse, vil ikke være omfattet af undtagelsen.

Muligheden for at reklamere ved fremsendelse med elektronisk post, er desuden begrænset til markedsføring af egne tilsvarende varer eller tjenesteydelser. Dette skal forstås som tilsvarende vare- eller tjenesteydelsesgrupper, som den erhvervsdrivende selv forhandler, og ikke nødvendigvis som fuldstændig identiske produkter eller ydelser. Har man eksempelvis købt et par bukser og i forbindelse hermed afgivet sin elektroniske adresse – typisk fordi der er tale om handel på nettet – vil den erhvervsdrivende fremover kunne sende reklamer for andet tøj med elektronisk post. Den erhvervsdrivende har derimod ikke mulighed for at markedsføre andre typer varer eller tjenesteydelser, som måtte indgå i dennes varesortiment. Har en kunde købt en kuffert, må den erhvervsdrivende ikke senere kunne benytte kundens elektroniske adresse til at markedsføre sko. Adressen må heller ikke benyttes til at markedsføre andre erhvervsdrivendes tilsvarende produkter.

Endvidere er det som nævnt en betingelse, at kunden i forbindelse med afgivelsen af sin elektroniske adresse klart og utvetydigt er blevet oplyst om muligheden for at frabede sig fremtidig markedsføring. Det skal således være muligt for kunden med det samme at meddele, at vedkommende ikke ønsker at modtage reklame med elektronisk post. Muligheden for at melde fra kan fx fremgå af den bestillingsseddel eller hjemmeside, hvor kunden oplyser sin adresse eller af en ordrebe-

kræftelse. Det skal også være let og uden omkostninger for kunden at melde fra. Muligheden for at melde fra skal ligeledes fremgå af alle henvendelser fremover, således at kunden, hver gang denne modtager en reklame med elektronisk post, bliver oplyst om muligheden for at frabede sig fremtidige reklamer.

Ved elektronisk post forstås i overensstemmelse med databeskyttelsesdirektivets art. 2, lit. h, enhver meddelelse i form af tekst, stemmegengivelse, lyd eller billede, som sendes via et offentligt kommunikationsnet, og som kan lagres i nettet i modtagerens terminaludstyr, indtil meddelelsen hentes af modtageren. Dette indebærer, at elektronisk post inkluderer SMS-beskeder og MMS (Multi Messaging Service), der benyttes til at sende beskeder, hvori billeder, lyd og tekst kan kombineres, via internettet eller mobiltelefoni.

Undtagelsen fra det generelle forbud om uanmodet elektronisk markedsføring foreslås at gælde, selvom kunden på tidspunktet for afgivelse af sin elektroniske adresse er registreret på CPR-registrets liste over borgere, der ikke ønsker at modtage personligt stilet markedsføringsmateriale. Såfremt kunden ikke ønsker at modtage markedsføring pr. elektronisk post fra den erhvervsdrivende, må denne i stedet benytte sig af sin adgang til at melde fra samtidig med afgivelsen af sin elektroniske adresse.

Den erhvervsdrivende får efter den foreslåede bestemmelse alene ret til at fremsende sin markedsføring pr. elektronisk post. Fremsendelse af markedsføringsmateriale pr. fax eller brug af telefonisk opkaldsmaskine vil fortsat skulle følge reglerne i markedsføringslovens § 6 a, stk. 1, og kræver dermed et forudgående samtykke. Ligesom den erhvervsdrivende, der ønsker at benytte andre fjernkommunikationssystemer som f.eks. almindelig post, må følge reglerne i den nuværende § 6a, stk. 2.

Overtrædelse af det nye stk. 2 vil kunne straffes med bøde, jf. markedsføringslovens § 22, stk. 3. Endvidere vil Forbrugerombudsmanden kunne anvende sine øvrige beføjelser efter markedsføringsloven, der omfatter forhandling, afgivelse af forhåndsbesked, forhandling af retningslinier, administrative forbud, foreløbige forbud, og anlæggelse af en retssag. Endvidere kan enhver, der har en retlig interesse, anvende markedsføringslovens § 13 til at anlægge en sag om forbud, påbud og erstatning for overtrædelse af bestemmelsen.

Til nr. 2-5

Forslaget til ændringerne er konsekvensrettelser som følger af indsættelse af et nyt stk. 2, i § 6 a.