



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

20. januar 2017

Besvarelse af spørgsmål 23 ad L 40 stillet af udvalget den 13. januar 2017 efter ønske fra Karin Gaardsted (S) og Mette Reissmann (S).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12

1216 København K

Spørgsmål:

Hvordan vil forbrugeren i praksis skulle give sit samtykke til at modtage reklamemails, herunder

- skal forbrugeren aktivt vælge til (option in) eller vælge fra (option out) og sker dette ved at forbrugeren til at starte med får forevist en enkelt rubrik til at vælge til/fravælge reklamemails?
- får forbrugeren ved ønske om reklamemails forevist forretningens forskellige produktkategorier, og skal forbrugeren vælge de enkelte produktkategorier fra (option out), i forhold til hvilke produkter forbrugeren ønsker reklamemails om?

Tlf. 33 92 33 50

Fax 33 12 37 78

CVR-nr 10 09 24 85

EAN nr. 5798000026001

em@em.dk

www.em.dk

Svar:

En erhvervsdrivende, der har modtaget en kundes emailadresse i forbindelse med salg af et produkt, må efter den foreslåede § 10, stk. 2, markedsføre *egne tilsvarende produkter* til kunden via elektronisk post. Dette forudsætter dog, at kunden har mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelse af adressen til den erhvervsdrivende og ved efterfølgende henvendelser. Modtageren skal således have mulighed for med det samme at meddele sælgeren – inden den første reklame er sendt - at forbrugeren ikke ønsker at modtage reklame via elektronisk post, men forbrugeren kan også framelde reklamerne senere. Formelt set er der altså tale om en ”opt out”-ordning.

Modtageren af reklamen skal i forbindelse med købet klart og utvetydigt være blevet oplyst om, at den elektroniske adresse vil kunne blive benyttet til fremsendelse af reklame om egne tilsvarende produkter.

I modsætning til de tilfælde, hvor den erhvervsdrivende skal indhente et egentligt markedsføringssamtykke (opt in), jf. lovforslagets § 2, nr. 14, som det fx er tilfældet efter hovedreglen om emailmarkedsføring i den foreslåede § 10, stk. 1, har den erhvervsdrivende ved markedsføring efter § 10, stk. 2, mulighed for at anvende et forhåndsafkrydset felt, hvor kunden kan fjerne krydset. Det afgørende i den forbindelse er, at modtageren af reklamen i forbindelse med købet klart og utvetydigt er blevet oplyst om, at den elektroniske adresse vil kunne blive benyttet til fremsendelse af reklame.

Hvis kunden ved afgivelsen af sin adresse ikke frabeder sig elektronisk reklame, skal kunden, hver gang han eller hun modtager en reklame med

elektronisk post oplyses om muligheden for at frabede sig fremtidige reklamer.

Regeringen ønsker i videst mulig omfang at undgå detailregulering af, hvordan de erhvervsdrivende skal indrette deres hjemmesider eller butikker, herunder hvorledes den erhvervsdrivende skal oplyse om forskellige produktkategorier og skabe forventningen om indholdet af deres produktkategorier. Det er altså op til den forretningsdrivende selv at vælge, om dette gøres ved at forevise en produktoversigt eller på anden vis.

Det afgørende er, at den erhvervsdrivende lever op til de betingelser, der er, for at udsende reklamemails efter § 10, stk. 2, herunder at modtageren af reklamen i forbindelse med købet klart og utvetydigt er blevet oplyst om, at den elektroniske adresse vil kunne blive benyttet til fremsendelse af reklame for den erhvervsdrivendes egne tilsvarende varer.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen