



Folketingets Erhvervs-, Vækst- og Eksportudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

20. januar 2017

Besvarelse af spørgsmål 19 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 forholder et krav om en forbrugers accept af modtagelse af markedsføring for at kunne deltage i en konkurrence på nettet sig til overholdelse af persondatalovens regler/persondataforordningens regler og reglerne om gyldigt samtykke m.v.?

Tlf. 33 92 33 50
Fax. 33 12 37 78
CVR-nr. 10092485
EAN nr. 5798000026001
evm@evm.dk
www.evm.dk

Svar:

Det følger af de almindelige bemærkninger til lovforslaget, at den definition af et gyldigt samtykke, som anvendes i lovforslaget: ”enhver frivillig, specifik og informeret viljestilkendegivelse”, svarer til den definition, der anvendes i persondataloven, og som stammer fra databeskyttelsesdirektivet (95/46/EF).

Betingelsen om, at samtykket skal være specifikt og informeret betyder, at forbrugeren skal være klar over, at der gives et samtykke, og hvad det er, der gives samtykke til. Det skal altså fremgå klart og tydeligt, hvad og hvem, der gives samtykke til, og hvilken kommunikationsform, der må anvendes.

Når en forbruger skal beslutte sig for, om forbrugeren vil give sit samtykke til at modtage markedsføring for at kunne deltage i en konkurrence, skal det være klart og utvetydigt for forbrugeren, at der gives dette samtykke. Dette er på baggrund af en anbefaling fra Markedsføringslovsudvalget blevet eksplicit præciseret i bemærkningerne til lovforslagets § 2, nr. 14. Det er ligeledes præciseret, at det ikke er nok til at udgøre et gyldigt samtykke, hvis markedsføringssamtykket gives via et afkrydsningsfelt, der er afkrydset på forhånd.

Den erhvervsdrivende, der stiller det som et krav for deltagelse i en konkurrence på internettet, at en forbruger giver sit markedsføringssamtykke, skal altså sikre sig, at forbrugeren har fået tilstrækkelig information til, at kunne vurdere, om denne ønsker at afgive et samtykke. Det skal således gøres klart for forbrugeren – inden forbrugeren klikker ”deltag” i en konkurrence og dermed siger ”ja” eller ”nej” til at modtage markedsføring – hvilke typer markedsføring, man siger ja til, og hvem man kan modtage markedsføring fra. Forbrugeren skal altså kunne se, om det fx drejer sig

om at modtage nyhedsbreve på e-mail, og om det kun er den enkelte erhvervsdrivende, der vil sende markedsføring, eller om det også er samarbejdspartnere eller andre.

Hvis den erhvervsdrivende lever op til dette, er det indhente samtykke gyldigt.

Persondataforordningen (2016/679/EU) viderefører de hidtidige basale krav til et gyldigt samtykke og uddyber og udbygger kravene i et vist omfang. Et samtykke defineres i persondataforordningens artikel 4, nr. 11, som ”enhver frivillig, specifik, informeret og utvetydig viljestilkendegivelse fra den registrerede, hvorved den registrerede ved erklæring eller klar bekræftelse indvilliger i, at personoplysninger, der vedrører den pågældende, gøres til genstand for behandling”.

Persondataforordningen finder først anvendelse fra den 25. maj 2018. For ikke at stille danske virksomheder dårligere end deres konkurrenter i den mellemliggende periode, lægger lovforslaget op til at fastholde den definition, som i dag anvendes i persondataretten.

Med venlig hilsen

Brian Mikkelsen