

## **NY SPAMVEJLEDNING OG NYE RETNINGSLINJER FOR MARKEDSFØRING Gennem Elektroniske Henvendelser**

### **Indledning**

Forbrugerombudsmanden har netop udsendt en ny og opdateret vejledning om erhvervsdrivendes brug af elektroniske henvendelser i forbindelse med markedsføring (Spamforbuddet). Opdateringen sker til dels som en konsekvens af den nye markedsføringslov, der trådte i kraft den 1. juli 2017. Opdateringen sker endvidere for at tilpasse vejledningen til de ændrede teknologier og problemstillinger, som erhvervsdrivende støder på nu set i forhold til i 2002, hvor den hidtidige spamvejledning blev udarbejdet.

De væsentligste præciseringer i den nye spamvejledning (herefter "Vejledningen") er beskrevet nedenfor.

### **Hvad omfattes af Spamforbuddet?**

Efter reglerne i Markedsføringslovens §10 må erhvervsdrivende ikke sende elektroniske henvendelser til nogen, medmindre modtageren har givet sit forudgående samtykke til henvendelsen.

Forbuddet gælder alene erhvervsdrivendes henvendelser. Foreninger, fonde, privatpersoner og andre ikke erhvervsdrivende organisationer og aktiviteter omfattes derfor ikke af forbuddet mod uanmodet henvendelser.

Forbuddet gælder endvidere alene for direkte markedsføring. Henvendelser til en ubestemt kreds af modtagere er derfor ikke markedsføring. Forbuddet omfatter endvidere enhver form for markedsføring, herunder også imagemarkedsføring. Det vil eksempelvis være markedsføring at sende tilbud om deltagelse i en konkurrence, at sende nyhedsbreve, at sende påmindelser og at sende rabatkoder. Rene servicemeddelelser omfattes derimod ikke af forbuddet, ligesom markeds- eller tilfredshedsundersøgelser heller ikke omfattes.

Som udgangspunkt kan man alene sende en elektronisk henvendelse, hvis modtageren har givet sit samtykke til dette. En væsentlig undtagelse til dette er, at man gerne må sende markedsføring til en tidligere kunde om produkter tilsvarende dem, som en kunde allerede har købt, jf. nedenfor.

Det er afsenderen af henvendelsen, som har bevisbyrden for, at der er givet et samtykke. Kan dette ikke bevises, eller udsendes der henvendelser uden forudgående samtykke, kan afsenderen straffes med en bøde, der beregnes pr. afsendt henvendelse.

### **Hvornår er en henvendelse elektronisk?**

Elektroniske henvendelser omfatter mails, sms'er og andre elektroniske henvendelser, herunder også henvendelser via sociale medier. Forbuddet er ikke begrænset til henvendelser til forbrugere, men om-

fatter også henvendelser til andre virksomheder og myndigheder. Definitionen af elektronisk post er teknologineutral og fortolkes bredt. Begrebet er dynamisk og skal fortolkes i lyset af den teknologiske udvikling.

Mail, sms, mms og andre lignende kommunikationsformer, der benyttes til at sende beskeder, hvor billeder, lyd og tekst kan kombineres via internettet eller mobiltelefoni, er omfattet.

*Pop-up-reklamer* og *reklamer i en news feed* er ikke elektronisk post. Forbrugerombudsmanden har konkret vurderet, at f.eks. *push-beskeder fra apps* er elektronisk post, at *digital post* sendt til e-Boks er elektronisk post, og udfyldelse af kontaktformular på en virksomheds hjemmeside er elektronisk post. Henvendelser via *bluetooth* er derimod ikke elektronisk post.

I forhold til funktioner på de sociale medier har Forbrugerombudsmanden nu vurderet, at *private beskeder* udgør elektronisk post. Det samme gælder for *notifikationer*, dog ikke for automatisk genererede notifikationer, f.eks. notifikationer som genereres, ved at en erhvervsdrivende laver en begivenhed eller en livevideo. Opslag på egen profil anses generelt ikke for værende elektronisk post, hvorimod opslag på en brugers væg vil være at anse som værende elektronisk post til indehaveren af væggen. En *kommentar* vil være at betragte som en elektronisk henvendelse, medmindre den erhvervsdrivendes kommentar er en besvarelse af en kommentar fra en bruger. *Tags* vil være at anse for elektronisk post. Konkurrencer, hvor brugeren skal tage en ven, vil være at anse som en *tip en ven*-funktion, som kan være problematisk, hvis brugeren belønnes for tippet. Endelig har Forbrugerombudsmanden tilkendegivet, at en opfordring til at give *likes* ikke i sig selv er i strid med spamforbuddet.

## Særlige former for henvendelser

Forbrugerombudsmanden har i Vejledningen forholdt sig til en række konkrete former for henvendelser.

Det drejer sig blandt andet om funktionen *tip en ven*, hvor en erhvervsdrivende opfordrer en bruger til at dele indhold, tilbud eller artikler med brugerens venner. Delefunktion er som udgangspunkt ikke i strid med Spamforbuddet. Hvis den erhvervsdrivende belønner brugeren for at dele indhold, kan dette imidlertid omfattes af Spamforbuddet, og henvendelsen vil i dette tilfælde blive anset for afsendt fra den erhvervsdrivende. Forbrugerombudsmanden anbefaler derfor generelt, at brugere ikke belønnes for at dele indhold.

En anden funktion er *vennehvervning*, hvor en bruger belønnes, såfremt brugeren foranlediger en ven til at blive kunde hos den erhvervsdrivende. Hvis brugeren henvender sig til en ven, skal denne henvendelse ske under iagttagelse af Spamforbuddet. Overholder brugeren ikke dette, vil den erhvervsdrivende kunne blive ansvarlig for uanmodet henvendelser. Forbrugerombudsmanden anbefaler generelt, at virksomheder undlader at belønne brugere for vennehvervning.

Nogle webforretninger benytter sig af en *tabt kurv*-funktion, hvor der automatisk sendes en påmindelsesmail til personer, der har lagt varer i en indkøbskurv men ikke gennemført købet. En sådan påmindelsesmail anses ikke som en servicefunktion, men derimod som markedsføring, som kræver et forudgående samtykke.

## Særligt om markedsføring til tidligere kunder

En undtagelse til Spamforbuddet gælder, hvis en kunde i forbindelse med et køb har afgivet sin elektroniske adresse. I dette tilfælde, kan den erhvervsdrivende markedsføre egne tilsvarende produkter via samme adresse uden yderligere samtykke. Det er en betingelse for at benytte denne undtagelse, at der er foretaget et køb. Endvidere skal kunden selv have oplyst den elektroniske adresse, og kunden skal være blevet oplyst om, at han/hun vil modtage markedsføring fra virksomheden til den oplyste adresse, og der skal være mulighed for at frabede sig dette. Endelig kan markedsføringen alene omfatte egne tilsvarende produkter.

Navnlig afgrænsningen af tilsvarende produkter har givet anledning til tvivl. Forbrugerombudsmanden har nu præciseret, at dette omfatter produkter inden for samme produktkategori, tilbehør og relevant udstyr. Forbrugerombudsmanden anbefaler i øvrigt, at den erhvervsdrivende allerede i forbindelse med det første køb specificerer over for kunden, hvad der forstås ved tilsvarende produkter.

Som eksempler på tilsvarende produkter nævner vejledningen, at en bilforhandler vil kunne markedsføre service, reparation og vinterdæk til bilen, at en sælger af en cykel vil kunne markedsføre en ringeklokke, cykelhjelm og serviceeftersyn, og at en sælger af en mobiltelefon vil kunne markedsføre et mobilabonnement. Derimod vil sælgeren af en cykel ikke kunne markedsføre en knallert, og sælgeren af en mobiltelefon vil ikke kunne markedsføre et fjernsyn.

## Andre former for henvendelser

Vejledningen omfatter alene reglerne i relation til elektroniske henvendelser. Henvendelser ved brug af andre midler, herunder breve, fax og telefon er ikke omfattet. Forbrugerombudsmanden forventes at udsende en særlig vejledning om disse kommunikationsformer i løbet af 2019.

## Vores vurdering

Den opdaterede spamvejledning er et godt redskab til erhvervsdrivende, der benytter sig af markedsføring gennem elektroniske henvendelser.

Spammails er generelt et stort problem, som har forbrugernes opmærksomhed, og ifølge Forbrugerombudsmanden er spammails det, som allerflest forbrugere klager over til Forbrugerombudsmanden.

Da der samtidig er opsat betydelige bødestrafte for overtrædelse af reglerne og etableret praksis for, at de erhvervsdrivende rent faktisk idømmes høje bøder for overtrædelse af reglerne, fremstår Vejledningen nu som et opdateret, bedre og brugbart værktøj for erhvervsdrivende.

*Ovenstående er ikke juridisk rådgivning, og Moalem Weitemeyer Bendtsen indestår ikke for, at indholdet af ovenstående er korrekt. Moalem Weitemeyer Bendtsen har med ovenstående ikke påtaget sig ansvar af nogen art som konsekvens af en læsers benyttelse af ovenstående som grundlag for beslutninger eller overvejelser.*

## Kontakt



[Pernille Nørkær](#), Partner

Tel. +45 33 77 90 40

Mob. +45 30 37 96 40

E-mail [pno@mwblaw.dk](mailto:pno@mwblaw.dk)