

Samtykke for markedsføring

Advokatens hjørne er en fast spalte i medlemsmagasinet, der Skaun Advokatfirma svarer på spørsmål sendt inn av medlemmene. Det kan være praktiske spørsmål i anledning salg, kjøp og leie av bil, eller spørsmål innenfor andre juridiske fagområder, f.eks. arv, eiendom, mv. Ikke nøl med å sende oss ditt spørsmål. Spørsmål sendes til Norsk Bobilforening per e-post: post@bobilforeningen.no.

Når må virksomheten innhente samtykke for markedsføring ved bruk av e-post eller tekstmelding?

Det finnes regler i markedsføringsloven som begrenser hvordan en bedrift kan markedsføre sine varer og tjenester på e-post eller tekstmelding.

Mange virksomheter synes det er vanskelig å orientere seg rundt i regelverket for markedsføring, og det dukker stadig opp nye problemstillinger som bedrifter må ta stilling til. For eksempel: Kan en virksomhet fritt sende nyhetsbrev til privatpersoner? Og har bedriften rett til å oppdatere eksisterende kunder med nye salgstilbud?

I denne artikkelen vil vi forsøke å gjøre reglene rundt markedsføring ved bruk av elektroniske kommunikasjonsmidler litt enklere, og forhåpentligvis sikre at flere virksomheter føler seg tryggere i sin markedsføring.

Utgangspunktet følger av markedsføringsloven § 15 første ledd:

”I næringsvirksomhet er det forbudt, uten mottakerens forutgående samtykke, å rette markedsføringshenvendelser til fysiske personer ved elektroniske kommunikasjonsmetoder som tillater individuell kommunikasjon, som for eksempel elektronisk post, telefaks eller automatisert oppringningssystem (talemaskin).

Samtykkekravet utløses ved «elektronisk kommunikasjonsmetode».

Ordet «elektronisk kommunikasjonsmetode» er fremmed for mange, men det kan for eksempel være e-post eller tekstmelding. Det vil si at enhver form for markedsføring via e-post og tekstmelding, som hovedregel utløser et samtykkekrav.

Kravet til forhåndssamtykke gjelder markedsføring når mottakeren av e-posten er en «fysisk person».

Sagt på en enklere måte gjelder samtykkekravet

markedsføring hvor mottakeren er en privatperson. Bestemmelsen stiller med andre ord ikke krav til samtykke hvis mottakeren er en juridisk person, for eksempel en annen næringsvirksomhet.

Det er likevel ikke alltid like lett å skille mellom juridiske og fysiske personer. Problematikken kan oppstå når mottakeren av e-posten er en ansatt i en virksomhet, for eksempel ved bruk av en firma-e-post. Men tommelfingerregelen er at dersom den direkte mottakeren er en privatperson må det innhentes et samtykke. Brukes en firma-e-post som er direkte knyttet til en bestemt ansatt, vil vedkommende regnes som en privatperson.

Avsenderen må også være en «næringsvirksomhet» for at det skal gjelde et samtykkekrav.

Det åpenbare tilfellet er bedrifter eller virksomheter, som har hensikt om en økonomisk vinning. Men også andre organisasjoner vil kunne omfattes av bestemmelsen. Det kan for eksempel være et idrettslag eller en frivillig organisasjon som markedsfører seg med hensikt å skaffe inntekter til organisasjonen.

Det er innholdet i e-posten/tekstmeldingen, som er avgjørende for om samtykkekravet gjelder for din bedrift.

For at samtykkekravet skal utløses må det dreie seg om «markedsføringshenvendelser». Informasjon som ikke er markedsføring, faller med andre ord utenfor.

Det avgjørende er om innholdet er en form for reklame eller annonse, hvor formålet er å påvirke mottakeren til å kjøpe en vare/tjeneste. Informasjon om varer og tjenester bedriften sender ut i forbindelse med salg vil kreve et forhåndssamtykke.

Det har ikke betydning hvordan markedsføringen blir fremstilt. Markedsføringen kan for eksempel sendes som et nyhetsbrev, og terskelen for å betrakte innholdet som markedsføring er lav. Dette hører naturligvis sammen med at bedrifter ikke skal ha mulighet til å kamuflere markedsføring, og ikke innhente samtykke.

Hvis virksomheten sender ut et nyhetsbrev som inneholder informasjon med hensikt om å påvirke personen til kjøp av en vare eller tjeneste av dem, må bedriften innhente samtykke før brevet sendes. Det har ikke betydning om markedsføringen er en av flere deler i brevet.

Motsatt trenger ikke bedriften å innhente samtykke for å sende ut et nyhetsbrev som ikke inneholder markedsføring.

Det stilles ikke alltid krav til forhåndssamtykke.

Det gjelder ikke et krav til forhåndssamtykke hvis bedriften tar kontakt med privatpersonen muntlig. Det kan for eksempel være at bedriften banker på husdøren eller ringer til vedkommende.

Kravet til forhåndssamtykke gjelder heller ikke for «eksisterende kundeforhold» etter markedsføringsloven § 15, tredje ledd.

Ethvert tidligere kundeforhold vil ikke kvalifisere til et eksisterende kundeforhold. Som oftest vil ikke et engangskjøp, eller flere kjøp av billige forbruksvarer, være nok til å kalle kundeforholdet for eksisterende.

Det vil heller ikke være et eksisterende kundeforhold dersom kundeforholdet er betraktet som avsluttet.

Det er en forutsetning for unntaket at bedriften har mottatt kundens opplysninger (for eksempel e-postadresse eller telefonnummer), i forbindelse med et tidligere salg. Kunden skal også ved avtaleinngåelsen ha blitt informert om markedsføring via e-post eller telefon, og ha hatt mulighet til å si nei til markedsføringen.

Markedsføringen må også gjelde bedriftens varer/tjenester, og det stilles krav til at markedsføringen av varen/tjenesten tilsvare det solgt som kundeforholdet opprinnelig bestod i.

Har en forhandler solgt en bil, kan forhandleren sende ut et nyhetsbrev som gir informasjon om biler til salgs til en eksisterende kunde.

Men det er noen grenser for hvilken type markedsføring som kan sendes til eksisterende kundeforhold. Bobilforhandleren i eksempelet over, kan nok ikke sende reklame om tilbehør til bil eller andre tjenesteytelser relatert til bil, til en eksisterende kunde. Her er det en vesensforskjell, som det er viktig at bedriften er oppmerksom på i sin markedsføring.

Poenget med unntaksregelen er at markedsføringen skal samsvare med det kunden må kunne forvente å motta markedsføring om.

Selv om kunden tidligere har kjøpt bil av forhandleren, er det ikke gitt at kunden bør forvente å få markedsføring om for eksempel verkstedtjenester på bil.

Et siste vilkår for å kunne sende markedsføring via e-post/tekstmelding til en eksisterende kunde, er at kunden står fritt til å reservere seg mot nye henvendelser. For det tilfellet

kunden ønsker å reservere seg mot slik markedsføring, kan ikke kunden pålegges noen kostnader i forbindelse med reservasjonen.

Avslutningsvis vil vi gi bedrifter en kort huskeliste med punkter, som det kan være lurt å ha gjennomgått før man sender markedsføring via e-post/tekstmelding.

Samtykke skal innhentes når:

- Avsender er en bedrift eller virksomhet som driver næring.
- Meldingen sendes ved en elektronisk kommunikasjonsmetode. For eksempel e-post eller tekstmelding.
- Innholdet som sendes klassifiseres som markedsføring; hensikten er at mottakeren skal kjøpe en vare/tjeneste.
- Mottakeren er en privatperson.
- Mottakeren ikke er en eksisterende kunde (merk vilkårene nevnt over).



Advokatfullmektig
Camilla Barth



Advokat/ partner
Anders Stub Søtorp

Skaun
ADVOKATFIRMA

Spørsmål sendes til Norsk Bobilforening på mail til: post@bobilforeningen.no
Har du spørsmål som trenger rask avklaring eller du er i en rettslig tvist kan du ta kontakt direkte med Skaun Advokatfirma til tlf.: 920 32 414 eller mail: post@skaunadvokat.no