



David Lorentzen Aps
Bundgårdsballe 43
5400 Bogense

Att: David Lorentzen
Sendt på mail til kontakt@davidlorentzen.dk

Dato: 23. marts 2018

Sag: FO-18/05333

Sagsbehandler: /NMA

Direkte tlf.: +45 41 71 51 40

Notifikationer i Facebook

Du har på vegne af David Lorentzen ApS ved henvendelse af 20. februar 2017 anmodet om en forhåndsbesked om brugen af notifikationer på Facebook.

Du har oplyst, at der ikke er tale om et konkret, påtænkt markedsførings-tiltag, men derimod en forespørgsel, hvor Forbrugerombudsmandens svar vil blive omtalt i et blog-indlæg.

Forespørgslen drejer sig om Facebook-funktionen ”Inviter til side”, som giver en indehaver af en virksomhedsprofil mulighed for at sende en anmodning til andre Facebook-brugere (privatpersoner) om at ”like” virksomhedens Facebookside (dvs. bruge funktionen ”synes godt om”).

Indehaveren af en virksomhedsprofil kan sende anmodningen, hvis Facebook-brugeren har ageret i forhold til virksomhedsprofilen, f.eks. ved at ”like” et opslag eller billede fra virksomhedsprofilens Facebookside. Når indehaveren af virksomhedsprofilen inviterer en bruger til at ”like” virksomhedens Facebookside, får brugeren en notifikation, der ligger og venter, indtil Facebook-brugeren logger på Facebook. Når Facebook-brugeren logger på, får Facebook-brugeren besked om, at ”XX Facebookside har inviteret dig til at synes godt om deres side”. Når anmodningen om at ”like” virksomhedsprofilens hjemmeside er sendt, kan anmodningen ikke trækkes tilbage.

Vi giver kun forhåndsbeskeder om påtænkte, konkrete markedsføringsforanstaltninger og kan derfor ikke udarbejde en forhåndsbesked om spørgsmålet. Vi har dog valgt at tilkendegive vores vurdering af spørgsmålet.

Lovgrundlaget

Markedsføringslovens § 10, stk. 1, har følgende ordlyd:

”§ 10. En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på direkte markedsføring, medmindre den pågældende har givet sit forudgående samtykke

FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby

Tlf. 41 71 51 51

Fax 41 71 51 61

CVR-nr. 10 29 48 19

EAN-nr. 5798000018006

forbrugerombudsmanden@kfst.dk
www.forbrugerombudsmanden.dk

ERHVERVS MINISTERIET

Medlem af International Consumer
Protection & Enforcement Network
(ICPEN)

www.icpen.org

hertil. Den erhvervsdrivende skal give mulighed for let og gebyrfrit at tilbagekalde samtykket.”

Det fremgår af forarbejderne til markedsføringslovens¹ § 10, at bestemmelsen viderefører § 6 i den tidligere markedsføringslov med visse sproglige justeringer, bortset fra stk. 3, der er ny.

Begrebet ”elektronisk post” er defineret i markedsføringslovens § 2, nr. 15, der har følgende ordlyd:

”15) Elektronisk post: Enhver meddelelse i form af tekst, stemmegengivelse, lyd eller billede, som sendes via et offentligt kommunikationsnet, og som kan lagres på nettet eller på modtagerens terminaludstyr, indtil meddelelsen hentes af modtageren.”

I forarbejderne til markedsføringslovens § 2, nr. 15, er anført, at:

”Denne definition er teknologineutral og skal fortolkes bredt. Formålet er at sikre, at brugere af offentligt tilgængelige elektroniske kommunikationstjenester opnår den samme beskyttelse af personoplysninger og privatlivets fred, uanset hvilken teknologi tjenesterne baserer sig på.

Om en henvendelse er omfattet af begrebet elektronisk post, beror på en konkret vurdering. For det første skal meddelelsen sendes via et offentligt kommunikationsnet. Hvis kommunikationen sker via en tjeneste på internettet, der ikke på forhånd er afgrænset til en bestemt kreds af slutbrugere, vil meddelelsen være sendt via et offentligt kommunikationsnet.

For det andet skal meddelelsen lagres i nettet eller i modtagerens terminaludstyr, indtil den hentes af modtageren.

For det tredje skal meddelelsen sendes til brugeren via et offentligt kommunikationsnet. Heri indlægges den forudsætning, at meddelelsen sendes til en bestemt modtagers elektroniske adresse.

E-mails, sms, mms og andre lignende applikationer, der benyttes til at sende beskeder, hvori billeder, lyd og tekst f.eks. kan kombineres, via internettet eller mobiltelefoni er omfattet af begrebet elektronisk post. Det samme gør sig gældende for online e-mailtjenester, som f.eks. g-mail.com og hotmail.com.

Listen er ikke udtømmende, og begrebet elektronisk post er et dynamisk begreb, der til enhver tid skal ses i lyset af markedsudviklingen og den teknologiske udvikling.

Markedsføring, der er afhængige af, at modtageren er online, og som forsvinder af sig selv, når modtageren ikke længere er online (f.eks. pop-up reklamer og reklamer via ens news feed), er ikke omfattet af definitionen elektronisk post. Denne form for markedsføring kan efter omstændighederne falde ind under den foreslåede § 10, stk. 4.”

Det påkrævede samtykke fra modtageren er defineret i markedsføringslovens § 2, nr. 14, der har følgende ordlyd:

”14) Samtykke: Enhver frivillig, specifik og informeret viljetilkendegivelse”

¹ Lovforslag nr. 40, forslag til lov om markedsføring, fremsat den 12. oktober 2016

Forbrugerombudsmandens vurdering

En henvendelse er omfattet af markedsføringslovens forbud mod uanmodede henvendelser, hvis en virksomhed *retter henvendelse til en modtager ved hjælp af elektronisk post* m.v. med henblik på direkte markedsføring, jf. markedsføringslovens § 10, stk. 1.

Om en virksomhed retter henvendelse til en modtager ved hjælp af elektronisk post, når en bruger af Facebook modtager en notifikation fra en virksomhed på brugerens Facebook-profil, afhænger således af, om en Facebook-notifikation er ”elektronisk post” som defineret i markedsføringslovens § 2, nr. 15.

Det fremgår af lovforarbejderne, som er gengivet ovenfor, at begrebet ”elektronisk post” er teknologineutralt og skal fortolkes bredt. Formålet er at sikre, at brugere af offentligt tilgængelige elektroniske kommunikationstjenester opnår den samme beskyttelse af personoplysninger og privatlivets fred, uanset hvilken teknologi tjenesterne baserer sig på.

Ifølge lovforarbejderne til definitionen af elektronisk post skal notifikationen *for det første* være en ”meddelelse i form af tekst, stemmegengivelse, lyd eller billede”. En Facebook-notifikation må karakteriseres som en meddelelse i form af tekst, stemmegengivelse, lyd eller billede.

For det andet skal meddelelsen sendes via et offentligt kommunikationsnet. Dette er ifølge forarbejderne tilfældet, hvis kommunikationen sker via en tjeneste på internettet, der ikke på forhånd er afgrænset til en bestemt kreds af slutbrugere. Facebook opfylder dette kriterium.

For det tredje skal meddelelsen lagres i nettet eller i modtagerens terminaludstyr, indtil den hentes af modtageren. En Facebook-notifikation gøres tilgængelig i modtagerens notifikationsoversigt og lagres derfor i nettet eller i modtagerens terminaludstyr, indtil den hentes af modtageren.

For det fjerde skal meddelelsen sendes til en bestemt modtagers elektroniske adresse. Da notifikationen sendes til en specifik Facebook-profils notifikations-oversigt, sendes denne efter Forbrugerombudsmandens opfattelse til en bestemt modtagers elektroniske adresse.

Med henvisning til ovenstående er det Forbrugerombudsmandens opfattelse, at Facebook-notifikationer er omfattet af begrebet ”elektronisk post” som defineret i markedsføringslovens § 2, nr. 15. Derfor er den beskrevne notifikation i strid med markedsføringslovens § 10, stk. 1, medmindre modtageren har givet sit forudgående samtykke hertil.

Modtagerens forudgående samtykke skal som nævnt oven for være frivilligt, specifikt og informeret, jf. markedsføringslovens § 2, nr. 14.

Ifølge De nordiske forbrugerombudsmænds standpunkt til markedsføring via sociale medier af 3. maj 2012, s. 11, note 30, opfylder et klik på et ”synes godt om” ikon ikke i sig selv kravene til et samtykke.

Udviklingen på sociale medier betyder dog, at vi løbende skal vurdere vores fortolkning af lovgivningen, herunder kravene til et samtykke.

Jeg skal beklage den meget lange sagsbehandlingstid.

Med venlig hilsen

Christina Toftegaard Nielsen
Forbrugerombudsmand