

Persondata - hvem, hvad, hvor og hvordan?

- forstå de grundlæggende regler om persondata og markedsføringsregler med konkrete eksempler fra autobranchen



Indholdsfortegnelse

Behandling af personoplysninger

Forord.....	3
Definitioner.....	4
Hvornår må en virksomhed behandle persondata?.....	6
Hvad med CPR-numre?.....	8
God databehandlingskik - hvordan skal oplysningerne behandles?.....	9

Markedsføringsregler

Markedsføring.....	11
Hvornår må virksomheden kontakte sine kunder via elektroniske medier (fx e-mail, SMS og MMS)?.....	11
Hvornår må en virksomhed kontakte sine kunder via telefon?.....	13
Hvornår må en virksomhed kontakte sine kunder via fysisk post?.....	13
AutoBranchen Danmarks formularer.....	14

Eksempler fra det virkelige liv

Forskellige scenarier.....	16
A - Prøvekørsel.....	16
B - Opfølgning på prøveførslen.....	17
C - Udsendelse af markedsføringsmateriale til eksisterende kunder uden samtykke.....	18
D - Tilbud på udskiftning af kundens bil.....	20
E - Kontakt til alle eksisterende kunder.....	21
F - Kontakt fra importøren.....	23

Forord

Den 25. maj 2018 træder den nye persondatalovgivning i kraft. Persondatalovgivningen sætter nye og skærpede krav til, hvordan personoplysninger skal behandles. Det gælder fx personale- og kundedata.

Det er langt fra alle virksomheder, der har styr på både de nuværende og fremtidige regler om persondata. Populært siges det, at persondataloven er den eneste lov i Danmark, der overtrædes oftere end færdselsloven.

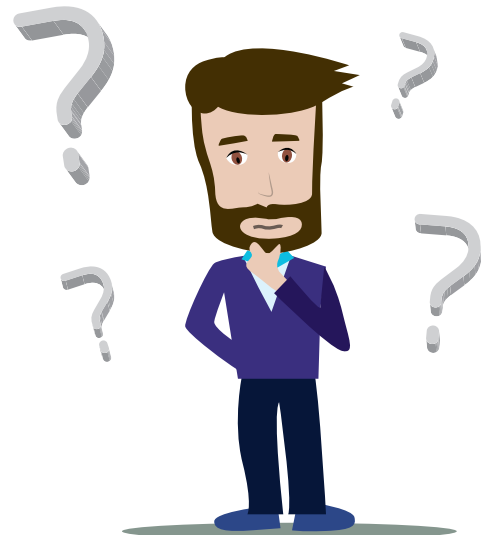
Når en virksomhed behandler oplysninger om sine kunder, bliver den ansvarlig for personoplysningerne og skal overholde lovens regler. Hvis ikke lovens regler overholdes er der risiko for bøder på helt op til 20 mio. euro eller 4 procent af virksomhedens globale årlige omsætning.

Det er vigtigt at understrege, at selvom en virksomhed har ejerskab over personoplysningerne (eller har fået oplysningerne), giver det ikke virksomheden ret til at behandle og videregive oplysningerne.

AutoBranchen Danmark har derfor udarbejdet denne folder, som giver en grundlæggende forståelse for reglerne om behandling af personoplysninger.

Udover omtalen af reglerne om behandling af personoplysninger vil markedsføringslovens regler også blive nævnt, da man som forhandler ikke kommer uden om disse regler.

Denne folder vil udelukkende beskæftige sig med kundedata og ikke data knyttet til ansatte i virksomheden.

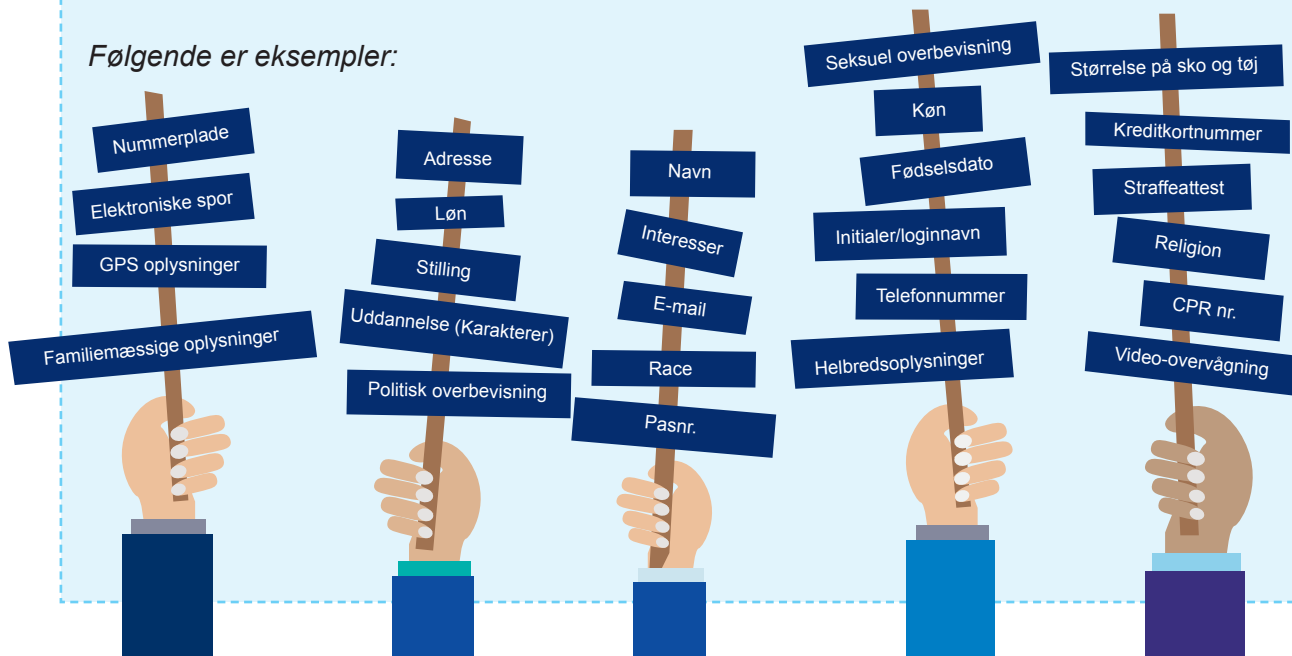


Definitioner

Hvad er "persondata"

Persondata dækker over alle oplysninger eller informationer, der kan henføres til en bestemt person. I det følgende vil persondata/personoplysninger blive omtalt som kundedata.

Følgende er eksempler:



Hvad betyder behandling af "persondata"

En behandling er fx:

- **Indsamling** og **registrering** af data om kunden
- **Opbevaring** af data om kunden, **videregivelse** og **brugen** af kundedata
- **Sletning** eller **blokering** af data.

Når man taler om behandling af persondata, dækker det over alle former for behandlinger af kunders data.

Hvad betyder ”den registrerede”

Den person, personoplysningerne drejer sig om, omtales som ”den registrerede”.

Hvad betyder ”dataansvarlig”

Når en virksomhed behandler data om kunderne bliver den ”dataansvarlig”. Det er stort set altid den dataansvarlige, som er ansvarlig for behandlingen af personoplysningerne, og dermed også ansvarlig for at reglerne i persondataloven efterleves. Det betyder ikke, at virksomheden ejer data om kunderne. Derimod forventes det, at virksomheden som dataansvarlig lever op til lovens krav om god databehandlerskik – kort fortalt betyder det, at virksomheden skal passe godt på dataene og ikke forsøge at omgå reglerne.

Hvad betyder ”databehandler”

En virksomhed kan også være ”databehandler”. Det bliver man, hvis man behandler personoplysninger på vegne af en anden virksomhed, der er dataansvarlig.

En databehandler må kun behandle kundeoplysninger på vegne af den dataansvarlige, og skal følge de instrukser, som den dataansvarlige giver. Databehandleren må altså ikke selv bestemme, hvordan data behandles, med hvilke hjælpemidler eller til hvilket formål.

It-driftsoperatører, der håndterer eksempelvis e-mails, økonomi, HR, dokumenter, CRM eller betalingsmodeller, er klassiske eksempler på databehandlere. Benytter man som forhandler (dataansvarlig) en ekstern it-driftsoperatør, skal man derfor også have databehandleraftaler på plads. Ellers overholder man ikke loven.

Hvad betyder ”privatlivspolitik”

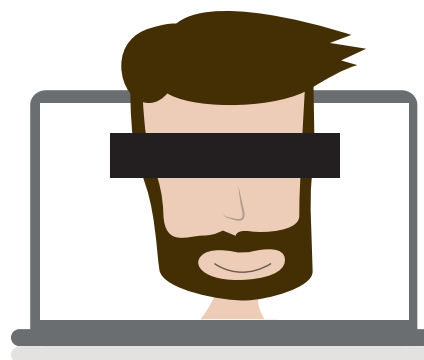
En privatlivspolitik er virksomhedens politik om, hvordan de bruger kundernes data.

Hvornår må en virksomhed behandle persondata?

Mange tror, at virksomheder altid skal have et samtykke fra kunden til at behandle kundens data, men det er ikke altid nødvendigt.

I det følgende omtales behandling af de kundeoplysninger, som en forhandler typisk har om sin kunde – det kan være: navn, adresse, e-mail, telefonnummer, CPR-nummer og kontonummer.

For at få ret til at behandle de kundedata virksomheden er i besiddelse af, skal de falde ind under en af følgende kategorier:



1) Kunden giver samtykke

Kunden har givet sit udtrykkelige samtykke til, at personoplysningerne må behandles, og samtykket er indhentet på lovlige vis.

Samtykket skal kunne dokumenteres og være adskilt fra andre vilkår i aftalen og fremhævet. Det er også vigtigt, at teksten er skrevet i et forståeligt sprog. Det skal fremgå af teksten, at samtykket altid skal kunne trækkes tilbage af kunden på et hvilket som helst tidspunkt.

Et eksempel på, hvornår der skal indhentes et samtykke er, hvis kunden skal modtage markedsføringsmateriale. For at være på den sikre side - brug AutoBranchen Danmarks **samtykketekst**.

2) Nødvendigt for at kunne indgå eller opfylde en aftale

Det er nødvendigt at behandle personoplysningerne for at kunne indgå eller opfylde en aftale - fx en slutseddel eller serviceaftale.

Der skal indhentes og gemmes oplysninger om kunder i forbindelse med lejekontrakter, køresedler, slutsedler og serviceaftaler. Virksomheden skal også have mulighed for at kontakte kunderne og informere om, at deres bil på værksted er klar til afhentning. For at indhente og gemme disse oplysninger kræves selvfølgelig ikke et samtykke. Behandlingen er dermed nødvendig af hensyn til opfyldelse/indgåelse af aftalen.

3) Nødvendigt for at overholde lovmæssige krav

Det er nødvendigt for virksomheden at behandle personoplysninger for at overholde lovmæssige krav om fx købelovens regler om reklamationsret.

For at leve op til købelovens regler om reklamationsret kræves, at en forhandler eller et værksted har oplysninger om en kunde (fx navn, telefonnummer, og e-mail), og derfor kræver behandling af disse oplysninger intet samtykke.

4) Interesseafvejning

Virksomheden mener, det er nødvendigt at behandle oplysningerne, og at det ikke overstiger kundens interesser.

Denne bestemmelse kan ses som en "opsamlingsbestemmelse", hvor der skal foretages en konkret vurdering af, hvorvidt hensynet til kundens interesser overstiger hensynet til de interesser, virksomheden har ved at behandle oplysningen.

Her har vi fx med et kundekartotek at gøre. Virksomheden kan mene, det er nødvendigt at registrere sine kunder i et kartotek. Denne registrering sker, da virksomheden ønsker at se, hvad efterspørgslen fra kunderne er. Denne registrering vil ikke påvirke kunden derfor er behandlingen lovlig.

Hvad med CPR-numre?



I den nuværende lovgivning gælder særlige regler for behandling af en kundes CPR-nummer. Enten skal det stå i en lov, ellers skal kunden give sit samtykke. Grunden til at en virksomhed må notere en kundes CPR-nummer på en slutseddel, er, at det følger af registreringsbekendtgørelsen, at der ved indregistrering af et køretøj skal ske en anmeldelse til DMR, hvor bl.a. CPR-nummer skal angives.

God databehandlingsetik - hvordan skal oplysningerne behandles?

Når virksomheden behandler kundedata, skal det ske i overensstemmelse med god databehandlingsetik. Hvis dette ikke sker, så overholdes persondatalovgivningen ikke, og det kan betyde, at virksomheden er i risiko for at få store bøder.

Persondatalovgivningen overholdes hvis:

1) Kundedata må kun behandles til et relevant og sagligt formål

Når en virksomhed samler kundedata ind, skal det stå klart, hvilket formål oplysningerne skal bruges til. Derfor skal formålet beskrives med en vis præcision, så der kan skabes åbenhed og klarhed omkring behandlingen.

Ligeledes skal formålet være sagligt. Det er eksempelvis tilfældet, når en virksomhed indsamler oplysninger inden for det virksomhedsområde, som den udøver. Det er ikke tilladt at indsamle oplysninger, hvis man ikke aktuelt har noget at bruge dem til, men blot forventer, at der senere viser sig et formål.

2) Kundedata må ikke videregives på en måde, der ikke er foreneligt med dets formål

Indsamlede oplysninger kan ikke frit genbruges, videregives mv.

De indsamlede oplysninger kan efterfølgende anvendes til et andet formål end det oprindelige, hvis anvendelsen er forenelig med det oprindelige formål. Hvis den senere behandling direkte modarbejder eller skader det oprindelige formål, er det klart, at behandlingen ikke kan finde sted.

Det er ikke ulovligt at bruge oplysningerne i statistisk øjemed.

Hvis der sker videregivelse af kundedata, skal kunden have oplysning om dette. Dette skal stå i en privatlivspolitik (se under Eksempler fra det virkelige liv, spørgsmål A2 side 17).

3) Kundedata skal være relevante og tilstrækkelige, og der må ikke behandles flere oplysninger end nødvendigt

Denne regel skal bidrage til at sikre mod en unødvendig ophobning af personoplysninger og et princip om, at der ikke må indsamles og registreres flere oplysninger om den enkelte person, end hvad der er nødvendigt.

En virksomhed kan fx ikke indsamle oplysninger om en kundes skostørrelse, når indsamlingen af oplysningerne sker med det formål, at kunden skal købe en bil.

4) Kundedata skal være ajourførte og kontrolleres for at sikre, at der ikke behandles urigtige eller vildledende oplysninger

Viser det sig, at der behandles oplysninger, som er urigtige eller vildledende, skal disse snarest muligt slettes eller rettes. Disse krav skal bidrage til at sikre den bedst mulige datakvalitet.

Dette kunne eksempelvis ske ved at virksomheden tjekker om ens oplysninger om sine kunder er rigtige.

5) Kundedata skal slettes, når formålet ikke længere er tilstede

Indsamlede oplysninger skal slettes eller anonymiseres, når det ikke længere er nødvendigt for virksomheden at have oplysningerne.

Det skal afgøres i den enkelte situation, hvor længe opbevaringen af kundedataen kan ske. Det vil være afgørende, om virksomheden kan komme på et eller flere formål for en fortsat opbevaring.

Markedsføring

Hvornår må virksomheden kontakte sine kunder via elektroniske medier (fx e-mail, SMS og MMS)?

Udgangspunkt: Der må kun rettes henvendelse til en kunde med det formål at sælge eller markedsføre en vare eller ydelse eller øge kendskabet til en specifik virksomhed (fx i form af et nyhedsbrev), hvis kunden forudgående har samtykket til dette.

Det bemærkes, at markeds- eller tilfredshedsundersøgelser som udgangspunkt er lovlige, så længe de ikke forsøger at sælge en vare eller øge kendskab til virksomheden. Indholdet skal være neutralt og uden henvisninger til virksomheden eller dens produkter. Denne form for henvendelse må dog ikke ske, hvis kunden har frabedt sig disse.



Undtagelse: Hvis kunden har givet sin e-mailadresse i forbindelse med et køb hos virksomheden, må de gerne markedsføre sine egne tilsvarende varer eller tjenesteydelser til kunden via elektronisk post, hvis følgende punkter er overholdt:

- Kunden har selv oplyst sin e-mailadresse/telefonnummer og er i forbindelse med købet gjort opmærksom på, at e-mailen bruges til fremsendelse af markedsføringsmateriale
- Kunden har mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette (både ved afgivelsen af e-mailadressen til virksomheden ved købet og ved alle efterfølgende henvendelser)
- Der sker kun reklame for virksomhedens egne varer og tjenesteydelser (dvs. ikke noget for en eventuel samarbejdspartner)
- Der sker kun reklame for tilsvarende produkter eller tjenesteydelser, som virksomheden allerede har solgt kunden

AutoBranchen Danmark har spurgt Forbrugerombudsmanden, hvad der forstås ved tilsvarende vare- og tjenesteydelser, hvis en kunde tidligere har købt en bil hos forhandleren. Udsendelse af følgende markedsføringsmateriale er i orden:

- Service og reparation af bilen, hvis dette foretages af bilforhandleren selv
- Leasing, hvis bilforhandleren også selv driver forretning med dette

Bilforhandleren kan til gengæld ikke sende markedsføringsmateriale ud om:

- Syn
- Orientering om forhandlerens andre afdelinger i landet eller udlandet
- Nyhedsbreve

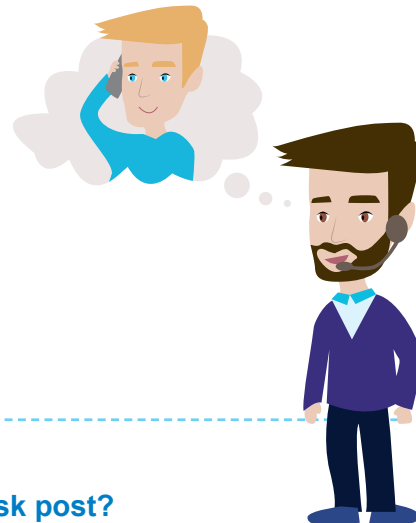
Hvornår må en virksomhed kontakte sine kunder via telefon?

En virksomhed må gerne ringe med en servicemeddelelse vedrørende generelle og neutrale informationer og en virksomhed må selvfølgelig også ringe til en kunde, der selv har bedt om at blive ringet op.

Hvis en virksomhed ikke har en kundes samtykke til at kontakte dem telefonisk, må denne ikke kontaktes hvis:

- Kontakten har til formål enten straks eller senere at indgå en aftale med forbrugeren
- Kontakten sker for at brande virksomheden (dvs. øge kendskabet til virksomheden eller virksomhedens produkter)
- Forbrugeren står på Robinsonlisten

Robinsonlisten er en intern liste i personregistret over forbrugere, som har frabedt sig uopfordrede skriftlige og telefoniske henvendelser i markedsføringsøjemed.



Hvornår må en virksomhed kontakte sine kunder via fysisk post?

Udgangspunkt: Det er lovligt at sende reklamer, breve og andre former for fysisk post, der er sendt med navn og adresse på til en forbruger, uden at have forbrugers samtykke til det.

Undtagelse: Hvis forbrugeren har frabedt sig dette eller hvis forbrugeren står på Robinsonlisten.

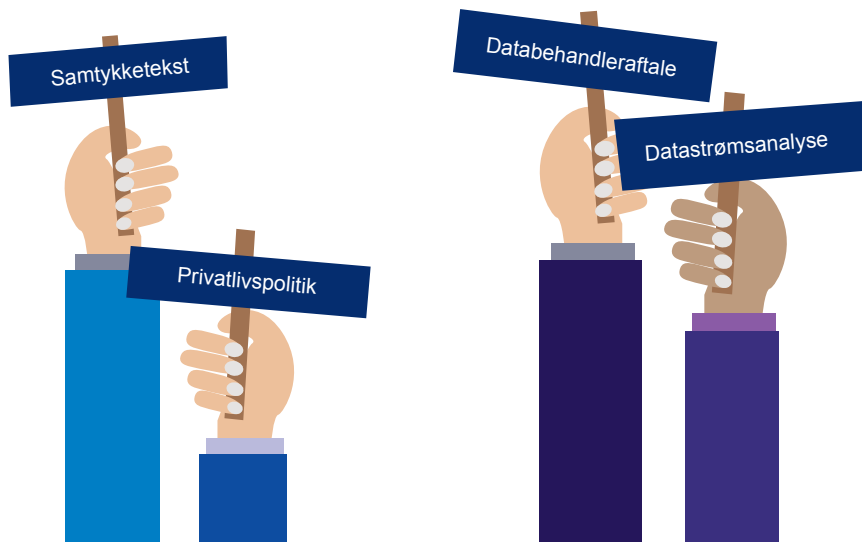
Første gang en virksomhed sender reklamepost til kunden, skal virksomheden tydeligt gøre kundens opmærksom på muligheden for at afvise at modtage reklamer eller lignende henvendelser i fremtiden. Kunden skal gives en nem adgang til at kunne framelde sig igen, fx via en henvisning til en hjemmeside, hvor kunden kan sige nej tak til yderligere henvendelser fra virksomheden.

AutoBranchen Danmarks formularer

Bunken af de formularer AutoBranchen Danmark har fået udarbejdet om persondata bliver større og større, og der kommer løbende flere til.

- Samtykketekst
- Privatlivspolitik
- Databehandleraftaler (mellem forhandler og importør)
- Tjekliste med tilhørende årshjul
- Spørgeskema (datastrømsanalyse)

Alle formularer findes på AutoBranchen Danmarks hjemmeside under medlemsfordele/formularer.



Hvorfor skal formularerne bruges?

Samtykketeksten handler om, at kunderne skriftligt afgiver et samtykke til at modtage markedsføringsmateriale. Der er flere regelsæt i spil og flere krav til, at et samtykke er gyldigt, fx dokumentationskrav for at overholde persondatalovgivningen. Derfor er det vigtigt at benytte sig af de rigtige tekster.

Det er også et krav i lovgivningen, at virksomheden skal have en **privatlivspolitik**, hvor den skal oplyse kunderne om, hvordan deres personoplysninger behandles. Dette kan fx være i forbindelse med, at en kunde køber eller sælger sin bil, indgår en leasingaftale, indgår en aftale om servicering af bilen, er på værkstedsbesøg med sin bil eller ønsker at modtage virksomhedens markedsføringsmateriale om egne og samarbejdspartneres produkter mv. Der er mange krav til de oplysninger, virksomheder skal give, og alle disse er der tænkt på i AutoBranchen Danmarks formular.

Hvis en virksomhed giver oplysninger om sine kunder videre til eksempelvis en importør, der vil bruge kundedataen i markedsføringsøjemed, så er der også krav om, at importøren kun må bruge disse oplysninger på vegne af virksomheden, hvis der er indgået en **databehandleraftale** mellem virksomheden og importøren. Hvis ikke der findes en databehandleraftale, så må importøren kun få oplysningerne, hvis importøren har et samtykke fra kunden, ellers er der tale om en ulovlig handling, og begge parter risikere bøder.

For at kunne overskue alle kravene som lovgivningen medfører har AutoBranchen Danmark udarbejdet en **tjekliste med tilhørende årshjul**. Tjeklisten beskriver de konkrete tiltag, der skal gøres nu, hvilke dokumenter, politikker og procedurer, der internt i virksomheden skal udarbejdes, og hvad der skal gøres løbende efter den nye lov er trådt i kraft den 25. maj 2018.

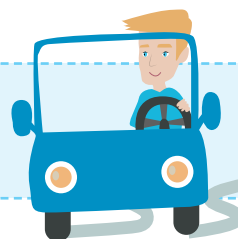
Årshjulet (sammenholdt med tjeklisten) hjælper med at få et overblik over de tiltag, der skal gøres inden maj 2018. I årshjulet omtales et **spørgeskema (datastrømsanalyse)**, som er udarbejdet efter besøg hos udvalgte medlemmer. **Spørgeskemaet** skal bruges til at få overblik over virksomhedens processer i relation til behandling af kundedata.

AutoBranchen Danmark vil løbende bidrage med de formularer, procedurer og processer, der er lovet på årshjulet.

Forskellige scenarier

A

Prøvekørsel



En potentiel kunde kommer ind hos en forhandler og vil prøvekøre en bil. Sælgeren låner kundens kørekort, laver et CPR-opslag og sammenholder med kørekortet.

Sælgeren registrerer følgende om personen elektronisk:

- CPR-nummer
- Kørekortnummer
- Tlf.nr.
- E-mailadresse
- Navn og adresse
- Detaljer knyttet til prøvekørslen

Sælgeren laver en køreseddel, som sendes til personens smartphone som SMS.

Spørgsmål A1: Den potentielle kundes data ligger elektronisk hos forhandleren. Må forhandleren opbevare disse oplysninger?

Behandlingen af de registrerede oplysninger kræver et formål.

Ved en prøvekørsel er der behov for at registrere disse oplysninger, og dette kræves også i lovgivningen, så derfor må forhandleren godt opbevare disse oplysninger. I denne situation skal forhandleren ikke have et samtykke fra personen for at behandle oplysningerne. **Se side 7, pkt. 3 og 4 under overskriften ”Hvornår må en virksomhed behandle persondata”.**

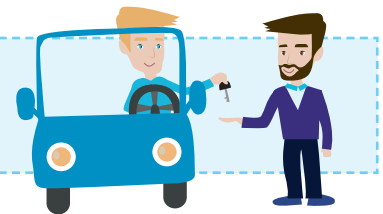
Spørgsmål A2: Betyder det noget, hvad der er blevet informeret om under registreringen?

Når en virksomhed behandler disse oplysninger (registrerer oplysningerne på en køreseddel), så bliver virksomheden dataansvarlig og får derfor en oplysningsforpligtelse overfor kunden. Virksomheden skal derfor blandt andet oplyse med hvilket formål, den behandler oplysningerne og hvor længe oplysningerne opbevares. Det skal også oplyses, at kunden har ret til at gøre indsigelser, til at få slettet/rettet sine oplysninger og ret til at klage. Oplysningerne skal fremgå af virksomhedens privatlivspolitik, som skal være på dens hjemmeside. Privatlivspolitikken bør udleveres sammen med prøvekøresedlen eller sendes til kunden elektronisk. I privatlivspolitikken skal der også oplyses, hvis der sker udlevering af oplysningerne til andre parter.

AutoBranchen Danmark har udarbejdet en privatlivspolitik som tager højde for dette. Den kan findes under medlemsfordele på hjemmesiden.

B

Opfølgning på prøvekørslen



Den potentielle kunde kommer retur fra prøvekørslen og returnerer nøglerne til sælgeren. Kunden er interesseret i at købe bilen og vil overveje nærmere.

Spørgsmål B1: Må sælgeren dagen efter ringe til kunden, som opfølgning på prøvekørslen, da kunden oplyste, at han eller hun var interesseret i at købe bilen (på det telefonnummer, som sælgeren fik oplyst af kunden)?

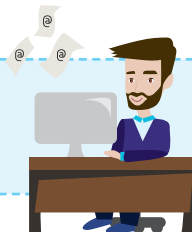
Ifølge Forbrugeraftaleloven må en virksomhed ikke ringe til en privatperson, hvis ikke kunden har bedt om det, da kontakten har til formål at indgå en aftale med den potentielle kunde. En virksomhed må derimod gerne ringe til en forbruger med en servicemeddelelse vedrørende generelle og neutrale informationer. **Se side 13 under afsnittet ”Hvornår må en virksomhed kontakte sine kunder via telefon”.** Spørgsmålet er her, om den information, at kunden er interesseret i bilen, er det samme som, at vedkommende har givet virksomheden lov til at ringe ham eller hende op.

Der er meget strikse regler, og hvis personen ikke direkte har sagt, at vedkommende vil ringes op, så må der ikke ringes op til denne. Det er endvidere virksomheden, der skal bevise, at personen har anmodet om at blive ringet op, når kontakten sker med det formål at indgå en aftale med forbrugeren.

AutoBranchen Danmark anbefaler en skriftlig tilladelse til at ringe forbrugeren op, når prøvekørslen er slut.



Udsendelse af markedsføringsmateriale til eksisterende kunder uden samtykke



I en forhandlers kundekartotek findes en kunde, der har købt en bil hos forhandleren, men på det tidspunkt ikke har givet samtykke til at modtage markedsføringsmateriale fra forhandleren.

Spørgsmål C1: Må forhandleren gerne kontakte kunden på e-mail eller SMS med henblik på at sælge en ny bil?

Ifølge Markedsføringsloven må virksomheder ikke kontakte hverken forbrugere eller erhvervsdrivende pr. SMS eller e-mail uden de har givet deres samtykke til dette, hvis kontakten sker med den hensigt at sælge produkter. Samtykket skal indhentes inden der sendes markedsføringsmateriale. Her har vi ikke et samtykke fra kunden, men forhandleren må gerne kontakte kunden på elektroni-

ske medier (e-mail, SMS), da vedkommende har købt et produkt hos forhandleren, for at markedsføre sine egne tilsvarende produkter. Det kræver dog, at følgende er opfyldt:

- Kunden skal have oplyst sin e-mailadresse og være blevet oplyst om, at e-mailen skal bruges til fremsendelse af markedsføringsmateriale i forbindelse med købet
- Kunden skal have mulighed for at frabede sig yderligere henvendelser. Ved enhver henvendelse til kunden, fx link til at afmelde sig markedsføringsmateriale
- Der må kun ske markedsføring af forhandlerens egne produkter, og produkterne skal være tilsvarende de produkter, kunden har købt.

Markedsføring af service og reparation af bilen ville her være acceptabelt, hvorimod der ikke kan ske udsendelse af markedsføringsmateriale om syn eller forhandlerens nyhedsbrev.

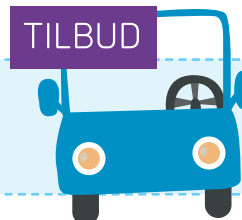
Personer der står på Robinsonlisten må ikke kontaktes.

Spørgsmål C2: Må der sendes en mail ud om en tilfredshedsundersøgelse til kunden?

Markeds- eller tilfredshedsundersøgelser er som udgangspunkt lovlige at sende ud uden samtykke, så længe de ikke forsøger at sælge en vare eller øge kendskab til virksomheden. Indholdet skal være neutralt og uden henvisninger til virksomheden eller dens produkter. Denne form for henvendelse må dog ikke ske, hvis forbrugeren har frabedt sig disse.

D

Tilbud på udskiftning af kundens bil



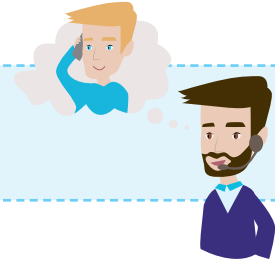
En kunde beder en sælger om et tilbud på udskiftning af sin bil. Sælgeren laver et tilbud til kunden som registreres, printer tilbuddet og giver dokumentet til kunden.

Spørgsmål D1: Skal sælgeren oplyse kunden om noget i forbindelse med udleveringen af tilbuddet?

Tilbuddet vil indeholde kundens navn og telefonnummer og disse registreres typisk. Derfor har virksomheden en oplysningspligt overfor kunden, og der skal udleveres en privatlivspolitik sammen med tilbuddet (se side 17 - A2).

Spørgsmål D2: Kunden har sin egen bil til salg. Må forhandleren kontakte kunden med henblik på at købe kundens bil?

Forhandleren må selvfølgelig gerne kontakte kunden med den specifikke hensigt at købe kundens bil.



E

Kontakt til alle eksisterende kunder

En forhandler ønsker at kontakte alle de kunder, som forhandleren har solgt biler til gennem de seneste fem år. På alle slutsedler fra forhandleren har der stået følgende:

”Køber accepterer med sin underskrift på slutsedlen fremover at blive kontaktet af sælger med tilbud på service og biler pr. e-mail og SMS”

Spørgsmål E1: Må forhandleren kontakte disse kunder på e-mail og SMS?

Det er ikke lovligt at have sin samtykketekst som et standardvilkår. Samtykketeksten skal være adskilt og fremhævet fra andre vilkår, og der skal ske en aktiv handling fra kunden. Det skal også klart fremgå hvilken form for markedsføringsmateriale, der udsendes, og om kunden skal modtage materialet på e-mail eller SMS. Der er dermed flere krav til et samtykke, som også skal kunne dokumenteres efter den 25. maj 2018.

Forhandleren må derfor ikke kontakte disse kunder på e-mail og SMS.

AutoBranchen Danmark har udarbejdet en samtykketekst, som tager højde for alle de nuværende og kommende krav og kan findes under medlemsfordele på vores hjemmeside.

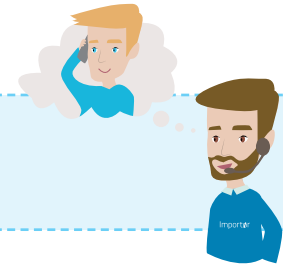
Spørgsmål E2: Ville forhandleren kunne gøre brug af et samtykke, som han tidligere har fået af en kunde, men som manglede en sætning omkring, at der kunne ske tilbagekaldelse af samtykket?

Såfremt følgende punkter er opfyldt, kan samtykket bruges, selvom der af samtykket ikke fremgår, at kunden har mulighed for at tilbagekalde samtykket:

1. Samtykket har været frivilligt afgivet, har været specifikt, og kunden har været velinformeret om, hvad det skulle bruges til
2. Det fremgår hvilket medie (SMS, e-mail) markedsføringsmaterialet vil modtages på
3. Det fremgår, hvilken form for materiale de vil modtage (nyhedsbreve, tilbud på service/reparation osv.)

Spørgsmål E3: Kan et samtykke forældes?

Et samtykke skal "holdes ved lige", dermed ment, at det skal bruges. Forbrugerombudsmanden har udtalt, at det skal bruges inden for 12 måneder. Hvis det ikke bliver brugt, så skal virksomhederne have et nyt samtykke. Hvis samtykket derimod bruges, fx. udsendelse af markedsføringsmateriale, skal der selvfølgelig ikke indsamles et nyt samtykke, så længe udsendelsen af markedsføringsmaterialet sker minimum hver 11. måned.



F

Kontakt fra importøren

En forhandler har indsamlet en kundes e-mailadresse og videregivet den til importøren. Kunden modtager derefter en mail fra importøren med markedsføringsmateriale, som ikke nævner forhandleren og er afsendt i importørens navn. Kunden har ikke givet sit samtykke til at modtage reklamer fra importøren.

Spørgsmål F1: Må importøren kontakte forhandlerens kunde med markedsføringsmateriale?

En importør må kun kontakte en forhandlers kunder i importørens navn, hvis kunden har samtykket til dette. Importøren kan sende markedsføringsmateriale på vegne af forhandleren, hvis der er indgået en databehandleraftale mellem forhandleren og importøren. Dette forudsætter, at forhandleren har fået et gyldigt samtykke fra kunden. Det skal stå i forhandlerens privatlivspolitik, at oplysningerne videregives til importøren.

AutoBranchen Danmark har udarbejdet en databehandleraftale, som kan bruges i denne sammenhæng og har også udarbejdet en samtykketekst til brug for importørens selvstændige henvendelse til forhandlerens kunder med markedsføringsmateriale. AutoBranchen Danmark anbefaler, at der udarbejdes en databehandleraftale mellem forhandleren og importøren.

Alle formularer findes på AutoBranchen Danmarks hjemmeside under medlemsfordele/formularer.

AutoBranchen Danmark | Skagensgade 1 | 2630 Taastrup | www.abdk.dk



AutoBranchen Danmark
VIDEN TIL FORSKEL