

Innledning

Norsk Direktemarkedsføringsforening (NORDMA) søker å opprettholde et effektivt og pålitelig system for selvregulering. Disse reguleringene (bransjenormene) skal møte rimelige krav og forventninger som forbrukere og bedrifter har vedrørende bransjens og NORDMAs medlemmers praksis.

NORDMAs bransjenormer setter etiske og tekniske standarder for medlemmenes praksis. Det er en betingelse for medlemskapet i NORDMA at de utarbeidede bransjenormene etterleves av medlemmene. Ut over å gi en beskrivelse av minimumskrav til medlemsbedriftenes praksis, søker bransjenormene dessuten å heve bransjens generelle kvalitet og standard. Når det er påkrevet, vil NORDMA utarbeide, omarbeide og publisere retningslinjer for praksis på ulike områder som berører bransjen.

Foreningen har en egen Kontrollkomité som er ansvarlig for å kontrollere at NORDMAs bransjenormer etterleves. Brudd på normene kan få konsekvenser for medlemmene

Behandling av personopplysninger

I forbindelse med direkte markedsføring benyttes personlig informasjon i stadig større grad for å kunne kommunisere fornuftig med kunder eller potensielle kunder. Det er viktig at all behandling av personopplysninger gjøres i henhold til gjeldende lovverk og er med på å ivareta den enkeltes rett til personvern.

Normen er ment å være et verktøy for den enkelte virksomhet for å komme i overensstemmelse med personopplysningslovens krav, samt bidra til å ivareta den enkeltes personvern. Bransjenormen er ment å gi en ensartet tilnærming til bransjens behandling av personopplysninger. Formålet med bransjenormen er å ivareta virksomhetenes behov for å kunne benytte personopplysninger i markedsføring, samtidig som den registrertes personvern sikres på en forsvarlig måte. All kommunikasjon forutsetter tillit fra mottakeren, et fornuftig regelverk er derfor til alles fordel.

Personopplysningsloven regulerer all behandling av personopplysninger, og ligger til grunn for normen. Bransjenormen er ment å være et supplement til personopplysningsloven ved at normen trekker frem de relevante bestemmelsene for bruk av personopplysninger i direkte markedsføring. Normen går i tillegg skrittet videre ved at den forklarer og utdyper en del sider ved regelverket, samt at normene gir ytterligere noen krav knyttet til relevante områder for bransjen som ikke direkte er omhandlet i loven. Det er derfor verdt å merke seg at brudd på normen i noen tilfeller håndheves både av Datatilsynet og NORDMA, se punkt 1.4.

Som vedlegg til normen er det utarbeidet et skjema som gir en oversikt over aktuelle behandlinger i bransjen. Denne oversikten kan være et nyttig verktøy for den enkelte virksomhet til å skaffe seg oversikt over behandlinger som den enkelte virksomhet foretar.

Det er for det enkelte medlem verdt å merke seg at personopplysningsloven forutsetter at virksomheten har utarbeidet et internkontrollsystem for oppfyllelse av lovkravene. I tillegg er det gitt krav til sikring av de opplysningene som behandles.

1. Bakgrunn	4
1.1 Kort presentasjon av NORDMA	4
1.2 Bakgrunn for bransjenormarbeidet.....	4
1.3 Formålet med bransjenormer	4
1.4 Forholdet til personopplysningsloven	4
2. Begreper	5
3. Anvendelsesområdet.....	6
3.1 Behandling av personopplysninger	6
3.1.1 Normenes rekkevidde	6
3.2 Overføring av personopplysninger til utlandet	6
4. Behandling av personopplysninger for DM	6
4.1 Behandlingsansvar	6
4.1.1 Behandlingsansvarlig.....	6
4.1.2 Databehandler	7
4.2 Sentrale behandlinger i dialogmarkedsføring	7
4.2.1 Inngåelse av avtale	7
4.2.2 Markedsføringshenvendelser	7
4.2.3 Utarbeidelse av statistikk	8
4.2.4 Oppfyllelse av lovpålagte krav	9
5. Behandlingsansvarliges plikter	9
5.1 Grunnleggende prinsipper for behandling til markedsføringsformål.....	9
5.2 Melde- og konsesjonsplikt.....	9
5.3 Internkontroll.....	10
5.4 Informasjonssikkerhet	10
6. Nærmere om innhenting av personopplysninger	10
6.1 Innhenting av personopplysninger fra den registrerte.....	10
6.2 Innhenting av personopplysninger fra andre enn den registrerte.....	11
6.3 Behandling av sensitive personopplysninger.....	11
6.4 Behandling av personopplysninger om barn	12
7. Henvendelser fra den behandlings-ansvarlige	12
7.1 Postale henvendelser	12
7.2 Henvendelser pr telefon	12
7.3 Henvendelser ved hjelp av elektroniske kommunikasjonsmetoder.....	12
7.4 Bruk av personprofiler.....	13
7.5 Utsendelse av materiale på vegne av andre	13

8. Adressemekling.....	14
8.1 Definisjoner.....	14
8.1.1 Partene.....	14
8.1.2 Hvilke registre som kan mekles.....	14
8.2 Øvrige plikter for de behandlingsansvarlige.....	15
9. Henvendelser fra den registrerte.....	15
9.1 Rett til innsyn.....	15
9.2 Krav om retting eller sletting.....	15
9.3 Svar på henvendelser.....	16
10. Reservasjoner.....	16
10.1 Internt reservasjonsregister.....	16
10.2 Det sentrale reservasjonsregisteret.....	16
10.2.1 Hva menes med "eksisterende kundeforhold".....	16
10.3 Andre lands gjennomføring.....	17
11. Etterlevelse og kontroll.....	17
11.1 Reaksjoner ved brudd på bransjenormen.....	17
11.2 Klagebehandling.....	17
Vedlegg.....	18
Oversikt over behandlinger av personopplysninger.....	18
Forklaring til tabellen.....	18
Type personopplysninger.....	19
Behandling.....	19
Hjemmel.....	19
Konsesjons- eller meldeplikt.....	19

Bransjenorm for NORDMA

1. Bakgrunn

1.1 Kort presentasjon av NORDMA

Norsk Direktemarkedsføringsforening, heretter NORDMA, er en ideell forening og skal fremme medlemmenes interesser og all form for Direkte Markedsføring (heretter DM) i Norge.

NORDMA skal arbeide aktivt for en positiv utvikling av, og informasjon om, DM, herunder være normsettende for kvalitetskrav på den etiske og profesjonelle siden.

NORDMA representerer i hovedsak de bransjer som direkte eller indirekte har direkte markedsføringskanalene som sine primærkanaler.

1.2 Bakgrunn for bransjenormarbeidet

Personopplysningsloven (lov om behandling av personopplysninger) med forskrifter regulerer all behandling av personopplysninger. Den norske loven bygger på Direktiv 95/46/EF, "om beskyttelse av fysiske personer i forbindelse med behandling av personopplysninger og fri utveksling av slike". I loven og direktivet oppfordres bransjer til å utarbeide særskilte normer innfor den enkelte bransje.

NORDMAs bransjenormer regulerer nærmere behandling av personopplysninger knyttet til markedsføring.

FEDMA (Federation of European Direct Marketing) har utarbeidet "European code of practice for use of personal data in direct marketing". Den norske bransjenormen bygger på denne, med tilpasninger for norske forhold.

Markedsføringsloven regulerer i enkelte tilfeller forhold knyttet til behandling av personopplysninger. Bransjenormen er i overensstemmelse med markedsføringsloven og har innarbeidet de forhold som der er knyttet til behandling av personopplysninger.

1.3 Formålet med bransjenormer

Formålet med bransjenormene er:

- Å skape tillit til at medlemmer av NORDMA bruker personopplysninger i markedsføring på en forsvarlig og lovlig måte
- Ivareta direktemarkedsføreres behov for å kunne nå ut til relevante mottakere, samtidig som mottakerens rett til personvern ivaretas
- Gi retningslinjer og veiledning til direktemarkedsførere for hvordan de skal og bør benytte personopplysninger i sin markedsføring

1.4 Forholdet til personopplysningsloven

Personopplysningsloven regulerer all bruk av personopplysninger. Loven regulerer all behandling, og gir konkrete krav til den behandlingsansvarlige og rettigheter til den registrerte. Brudd på personopplysningsloven kan føre til sanksjoner, se lovens §§ 46-49.

Datatilsynet håndhever brudd på personopplysningsloven.

I den grad brudd på bransjenormen også innebærer brudd på personopplysningsloven, vil dette reguleres av personopplysningsloven og håndheves av Datatilsynet. For brudd på normens bestemmelser som går utover personopplysningsloven, kan dette føre til sanksjoner fra bransjens egne organer. Se om dette under punkt 11.

2. Begreper

Direktemarkedsføring (DM):

Kommunikasjon rettet mot enkeltindivider ved hjelp av for eksempel e-post, sms, telefon, brev, faks mv, med det formål å tilby eller markedsføre et produkt eller en tjeneste. Enten fremmet av markedsføreren selv, eller av andre på dennes vegne.

Personopplysninger

Opplysninger eller vurderinger som direkte eller indirekte kan knyttes til enkeltpersoner.

Anonyme opplysninger, dvs opplysninger som ikke kan tilbakeføres til enkeltpersoner, faller utenfor denne reguleringen.

Sensitive personopplysninger

Opplysninger om

- rasemessig eller etnisk bakgrunn, eller politisk, filosofisk eller religiøs oppfatning,
- at en person har vært mistenkt, siktet, tiltalt eller dømt for en straffbar handling,
- helseforhold,
- seksuelle forhold,
- medlemskap i fagforeninger

Direktemarkedsfører

Den som fremmer henvendelser til enkeltpersoner med det formål å markedsføre eller selge sitt produkt.

Den registrerte/datasubjektet

Den som en personopplysning kan knyttes til.

Behandlingsansvarlig

Den som bestemmer formålet med behandlingene av personopplysningene og hvilke hjelpemidler som skal brukes.

Databehandler

Den som behandler personopplysninger på vegne av den behandlingsansvarlige.

Barn

En person som er under 15 år.

Foreldre

Juridisk verge/foresatte for barna

3. Anvendelses- området

3.1 Behandling av personopplysninger

Med behandling av personopplysninger menes enhver formålsrettet bruk av personopplysninger. Det kan være innsamling, bearbeiding, oppbevaring eller utlevering av personopplysninger eller en kombinasjon av disse bruksområdene.

Behandlingsbegrepet i bransjenormen vil være det samme som er lagt til grunn i personopplysningsloven.

3.1.1 Normenes rekkevidde

Normene regulerer nærmere direktemarkedsføreres bruk av kundeopplysninger, medlemsopplysninger eller opplysninger om andre som naturlig vil være mottaker av DM.

Annen bruk av personopplysninger som den behandlingsansvarlige gjør, eks behandling av personalopplysninger, faller utenfor bransjenormens regulering. Slike behandlinger vil reguleres av personopplysningsloven.

3.2 Overføring av personopplysninger til utlandet

Personopplysninger kan overføres til stater som sikrer en forsvarlig behandling av personopplysninger, jf personopplysningsloven § 29. I praksis vil dette si stater som har gjennomført direktiv 95/46/EF, innenfor EU eller stater som har gjennomført tilsvarende regelverk.

Dersom staten det er ønske om å overføre opplysninger til, ikke sikrer en forsvarlig behandling (har adekvat lovgivning) kan opplysninger likevel overføres dersom den registrerte samtykker. Personopplysningsloven regulerer ut over dette noen andre tilfeller som kan gi grunnlag for overføring, se lovens § 30.

Opplysninger kan likevel overføres til USA dersom mottaker påtar seg de krav som er satt i Safe Harbour avtalen. Safe Harbour er en avtale som er utarbeidet mellom EU og USA, for lovlig å kunne overføre personopplysninger til USA.

Alternativt kan det for overføringen (til land utenfor EU/EØS) benyttes standard avtale som er utarbeidet av EU. Avtalene sikrer at mottaker påtar seg ansvar tilnærmet likt direktivets krav for de personopplysninger som mottas.

For at personopplysninger lovlig skal kunne overføres til utlandet forutsetter det at utleveringen er lovlig i henhold til personopplysningsloven, herunder at behandlingsansvarlig iht personopplysningsloven § 8 kan utlevere personopplysningene.

4. Behandling av personopplysninger for DM

4.1 Behandlingsansvar

4.1.1 Behandlingsansvarlig

Behandlingsansvarlig er den som er juridisk ansvarlig for å oppfylle de plikter som virksomheten har i henhold til personopplysningsloven.

Ansvarer påhviler virksomheten, og er ikke tillagt en stilling. Ansvarer er sammenfallende med hvem som anses å ha prosessuell partsevne iht tvistemålsloven. Det innebærer i praksis virksomhetens øverste ledelse. Det daglige ansvarer for gjennomføringen kan delegeres til andre i organisasjonen.

Ansvarer innebærer en plikt til å påse at samtlige krav i personopplysningsloven er oppfylt og en jevnlig oppfølging av dette.

4.1.2 Databehandler

Databehandler er den som behandler personopplysninger på vegne av den behandlingsansvarlige.

For at den behandlingsansvarlige lovlig kan overlate personopplysninger til en databehandler, skal det opprettes en skriftlig avtale. Avtalen skal inneholde en nærmere definisjon av hva databehandleren kan benytte materialet til, samt en forsikring fra databehandleren om at denne har igangsatt nødvendige sikringstiltak, jf personopplysningsloven § 13 og forskriften kapittel 2.

4.2 Sentrale behandlinger i dialogmarkedsføring

Det følger nedenfor en eksemplifisering av de vanligste behandlingene innenfor Direkte markedsføring. Dette kan selvfølgelig variere fra medlem til medlem, og eksemplifiseringen vil derfor ikke være uttømmende.

Som vedlegg til normen er det gitt en skjematisk oversikt over de aktuelle behandlingene med en del generelle kommentarer.

4.2.1 Inngåelse av avtale

I sin relasjonsbygging med den registrerte inngår den behandlingsansvarlige ofte ulike typer avtaler. Dette kan være etablering av et kundeforhold, medlemskap eller andre typer avtaler som bygger på en eller annen form for tilbud fra den behandlingsansvarlige og en aksept fra den registrerte.

Oppfylling av avtalen med den registrerte innebærer ofte at det må behandles personopplysninger om den registrerte (kunden, medlemmet mv).

Hjemmel for å kunne behandle personopplysningene for å oppfylle avtalen, er personopplysningsloven § 8 bokstav a.

Hva opplysningene kan benyttes til, hvor lenge osv bestemmes ut fra en tolkning av avtalen som er inngått mellom den behandlingsansvarlige og den registrerte.

Bruk av lagrede personopplysninger på en måte som ikke er regulert i avtalen, krever samtykke fra den registrerte eller annet behandlingsgrunnlag jft personopplysningsloven § 8..

4.2.2 Markedsføringshenvendelser

Markedsføringshenvendelser kan i denne sammenheng deles i to kategorier: henvendelser rettet mot etablerte kunder og henvendelser rettet mot potensielle nye kunder, herunder adressemekling.

Etablerte kunder

Markedsføring rettet mot etablerte kunder vil i de aller fleste tilfeller være ansett som en del av kontraktsforpliktelsen den behandlingsansvarlige har overfor kunden. Slike henvendelser vil i de fleste tilfeller anses å ha hjemmel i kundeavtalen, jf personopplysningsloven § 8 a. Avgjørende i tvilstilfeller blir en tolkning av kundeavtalen.

Hvilke opplysninger som kan behandles om kunden må vurderes ut fra hva som er saklig for å gjennomføre kontraktsforpliktelsen, eventuelt hva kunden har samtykket til.

Markedsføring av egne produkter anses i hovedsak som oppfyllelse av kontraktsforpliktelsen. Dersom markedsføring likevel klart faller utenfor avtalen må bruk av informasjon til dette formål bygge på samtykke fra kunden.

Potensielle kunder

Annen kunderekuttering vil ellers i hovedsak bestå av henvendelser rettet mot helt nye kunder eller mot tidligere kunder.

Om potensielle kunder kan det behandles opplysninger om vedkommendes navn, adresse, telefonnummer, kjønn og fødselsdato i henhold til personopplysningsloven § 8 f, forutsatt at relevant informasjon gis. Se for øvrig punkt 7 om henvendelser fra den behandlingsansvarlige og punkt 10 om reservasjoner og plikten til å vaske mot Det sentrale reservasjonsregistre og interne reservasjonsregistre.

Hvorvidt opplysninger om tidligere kunder/medlemmer kan behandles, må vurderes ut fra forholdet rundt oppsigelsen/avslutningen av kundeforholdet. Dersom kunden klart uttrykker at senere henvendelser ikke ønskes mottatt, må dette registreres i det interne reservasjonsregistret

Bruk av andre opplysninger om potensielle kunder må som hovedregel bygge på den registrertes samtykke.

Adressemekling er nærmere regulert under punkt 8.

4.2.3 Utarbeidelse av statistikk

Informasjon som ikke direkte eller indirekte kan tilbakeføres til identifiserbare privatpersoner reguleres ikke av personopplysningsloven. Utarbeidelse av statistikk vil i de aller fleste tilfeller omfattes av dette.

Bruk av statistisk materiale, eks grunnkretsdata, for markedsføring vil likevel være omfattet av personopplysningsloven, dersom de statistiske opplysninger kan knyttes til identifiserbare personer.

Henvendelser på bakgrunn av statistisk informasjon kan som hovedregel gjøres med hjemmel i personopplysningsloven § 8 f, forutsatt at den statistiske informasjonen ikke sier noe om den personen informasjonen knyttes til.

Slik bruk vil i de fleste tilfeller innebære bruk av personprofil, jf personopplysningsloven § 21, og kreve at det gis informasjon som nevnt i punkt 7.4 knyttet til personprofiler.

4.2.4 Oppfyllelse av lovpålagte krav

Opplysninger som opprinnelig er innsamlet til bruk for kundebehandling, er i enkelte tilfeller nærmere regulert i særskilt lov. Lovkrav kan være krav om å behandle en del opplysninger som ellers ikke ville vært nødvendig eller det kan være krav om å oppbevare informasjon lenger enn det som er nødvendig ut fra opprinnelig formål.

Behandling for å oppfylle lovkrav er tillatt etter personopplysningsloven § 8 første ledd.

Relevante pålegg knyttet til kundeinformasjon er:

- krav i regnskapsloven
- Forskrift om levering av ligningsoppgaver over gaver til visse frivillige organisasjoner
- Hvitvaskingsloven
-

5. Behandlingsansvarliges plikter

5.1 Grunnleggende prinsipper for behandling til markedsføringsformål

All behandling av personopplysninger som gjøres til markedsføringsformål skal til enhver tid være rimelig og lovlig ut fra formålet behandlingen bygger på.

Den behandlingsansvarlige skal påse at det for innsamling av personopplysninger er angitt et klart og spesifikt formål. Formålet skal være saklig begrunnet i markedsførers virksomhet. Bruk av personopplysninger for markedsføring av egne produkter er innenfor denne rammen.

Den behandlingsansvarlige skal vurdere om personopplysningene som skal benyttes er tilstrekkelige og relevante for å oppnå det angitte formålet. Opplysningene skal ikke oppbevares lenger enn det som er nødvendig ut fra formålet.

Personopplysninger kan ikke benyttes til senere formål som er uforenelige med det opprinnelige formålet, med mindre den registrerte samtykker til dette.

5.2 Melde- og konsesjonsplikt

Den behandlingsansvarlige skal melde den enkelte behandling av personopplysninger til Datatilsynet, jf personopplysningsloven § 31. Dersom det behandles sensitive personopplysninger skal det søkes om konsesjon jft personopplysningsloven § 33.

Bruk av kundeopplysninger for administrasjon og gjennomføring av kundeforpliktelser er unntatt melde- og konsesjonsplikt i forskrift til personopplysningsloven § 7-7 og § 7-14.

Salgsstøtteregistre skal meldes til Datatilsynet.

5.3 Internkontroll

Den behandlingsansvarlige skal etablere ”..planlagte og systematiske tiltak som er nødvendige for å oppfylle kravene i, eller i medhold av, loven..” jf personopplysningsloven § 14.

Kravet til internkontroll pålegger den behandlingsansvarlige å etablere et styringssystem, eller kvalitetssystem, med mål å sikre at foretaket oppfyller alle krav som er satt til virksomheten i personopplysningsloven.

Et styringssystem vil normalt omfatte

- Styrende del
- Gjennomførende del
- Kontrollerende del
- Dokumentasjon

Angivelse av tiltak er gjort i personopplysningsforskriften § 3-1.

5.4 Informasjonssikkerhet

Den behandlingsansvarlige skal gjennom planlagte og systematiske tiltak sørge for tilfredsstillende sikring av de personopplysninger som behandles, jf personopplysningsloven § 13.

Virksomheten skal iverksette sikkerhetstiltak i samsvar med den risiko personopplysningene utsettes for. Nærmere detaljerte krav til styringssystemet for informasjonssikkerhet er gitt i forskriften kapittel 2.

Krav til internkontroll og krav til informasjonssikkerhet bør ses i sammenheng, slik at et styringssystem opprettes for oppfyllelse av både personopplysningsloven § 13 og § 14.

6. Nærmere om innhenting av personopplysninger

6.1 Innhenting av personopplysninger fra den registrerte

Når det innhentes personopplysninger fra den registrerte skal den behandlingsansvarlige påse at dette gjøres på en forsvarlig og etisk måte, samt at den registrerte er tilstrekkelig informert iht lov og bransjeetiske retningslinjer.

Den behandlingsansvarlige skal gi den registrerte følgende grunnleggende informasjon:

- behandlingsansvarliges navn, adresse og telefonnummer,
- formålet(ene) med innhenting av personopplysningene,
- om opplysningene vil bli utlevert og eventuelt hvem som er mottaker, herunder om opplysningene vil bli meklet
- at det er frivillig å gi fra seg opplysningene

Denne informasjonen skal gis til den registrerte ved enhver innsamling av informasjon og på det tidspunkt når innsamlingen faktisk skjer. Unntak kan gjøres dersom ovennevnte informasjon klart fremgår av sammenhengen eller den registrerte allerede er informert.

I tillegg skal den behandlingsansvarlige påse at den registrerte får informasjon om:

- rett til innsyn i opplysningene om seg selv,
- rett til å rette evt. slette ukorrekte opplysninger om seg selv,
- rett til å reservere seg mot markedsføringshenvendelser hos den behandlingsansvarlige,
- rett til å kreve informasjon slettet/spærret for markedsføringshenvendelser

Denne informasjonen skal gis ved innsamlingen av personopplysningene, med mindre dette er umulig eller uforholdsmessig vanskelig. Det skal ved alle henvendelser alltid opplyses om hvem som er behandlingsansvarlig og formålet med behandlingen. Dersom all nødvendig informasjon ikke kan gis, skal det opplyses om hvor utfyllende informasjon finnes.

NORDMA anbefaler sine medlemmer å ha informasjon om hvordan personopplysninger behandles i virksomheten på dennes hjemmesider.

6.2 Innhenting av personopplysninger fra andre enn den registrerte

Når det innhentes personopplysninger fra andre kilder enn den registrerte, skal den behandlingsansvarlige av eget tiltak informere den registrerte om:

- hvilke type opplysninger som er samlet inn
- hvor opplysningene er hentet fra
- gi informasjon som nevnt under 6.1

Informasjon skal gis så snart opplysningene er samlet inn. Det er tilstrekkelig å gi den registrerte informasjon den første gangen informasjon innsamles, dersom det gis informasjon om at det også senere vil bli innsamlet tilsvarende informasjon.

Dersom den behandlingsansvarlige skal henvende seg til den registrerte på bakgrunn av det innsamlede materiale, kan informasjonen gis på det tidspunkt hvor henvendelsen gjøres.

6.3 Behandling av sensitive personopplysninger

Den behandlingsansvarlige skal utvise varsomhet med å behandle sensitive personopplysninger.

Sensitive opplysninger skal i forbindelse med markedsføring og/eller kunde- og medlemsadministrasjon kun behandles dersom det er nødvendig ut fra hensynet til den registrerte, og den registrerte har samtykket til slik behandling.

Behandling av sensitive opplysninger kan være aktuelt i forbindelse med medlemskap i frivillige organisasjoner, samt i visse kunderegistre. Sensitive opplysninger skal aldri utleveres til andre eller benyttes i markedsføring rettet mot vedkommende, med mindre den registrerte har samtykket til slik bruk.

Behandling av sensitive opplysninger om barn kan kun behandles etter samtykke fra foresatte.

6.4 Behandling av personopplysninger om barn

I markedsføring rettet mot barn, skal det utvises en særskilt forsiktighet i forbindelse med behandling av personopplysninger om disse.

Mindreårige som har fylt 15 år kan som hovedregel selv samtykke til innhenting og bruk av egne personopplysninger. For barn som er yngre enn 15 år, skal foresattes samtykke innhentes.

For administrasjon av konkurranser kan kontaktopplysninger, dvs. navn, adresse, telefonnummer og e-postadresse, behandles etter samtykke av barn som også er under 15 år. Forutsetningen for at mindreårige under 15 kan samtykke, er at konkurransen er egnet for den aktuelle aldersgruppen, opplysningene kun benyttes for administrasjon av konkurransen og at opplysningene slettes når konkurransen er gjennomført.

Informasjon i henhold til personopplysningslovens regler skal gis ut fra aldersgruppen som markedsføreren henvender seg til.

7. Henvendelser fra den behandlingsansvarlige

7.1 Postale henvendelser

I postale henvendelser som er rettet mot kunder (aktive, passive eller prospektive kunder) skal det opplyses hvem som har gitt personopplysningene som ligger til grunn for henvendelsen. Dette følger av markedsføringsloven § 16.

Det skal fremgå navn, samt andre relevante kontaktopplysninger.

For øvrig vises det til punkt 6 om informasjonsplikt ved innhenting av personopplysninger.

7.2 Henvendelser pr telefon

Ved henvendelser pr telefon skal telefonkonsulenten presentere seg, oppgi hvem de ringer på vegne av, kilden for opplysningene og formålet med samtalen. Det skal videre bes om tillatelse til å fortsette samtalen.

Det skal etter forespørsel informeres om hvem som har gitt personopplysningene som ligger til grunn for henvendelsen, hvem som er behandlingsansvarlig og hvilke opplysninger som er anvendt, samt informere om reservasjonsmuligheter.

For ytterligere regulering vises det til NORDMA/HSBs "Bransjenorm for Telemarketing".

7.3 Henvendelser ved hjelp av elektroniske kommunikasjonsmetoder

Det er forbudt å sende reklame ved hjelp av e-post eller via sms uten å ha innhentet vedkommendes samtykke, jf markedsføringsloven § 15.

Det samme gjelder for markedsføring ved hjelp av telefaks, automatisert oppringningssystem (talemaskin) eller andre kommunikasjonsmetoder som ikke tillater individuell kommunikasjon

Krav om forhåndssamtykke gjelder ikke for henvendelser via *elektronisk post* (dvs. e-post, SMS og MMS) til **eksisterende kunder**. Med begrepet *eksisterende kunder* menes tilfeller hvor det er gjort avtale om kjøp av en vare eller en tjeneste og at det fremstår som naturlig med videre kontakt mellom selger og kunden.

For elektronisk kommunikasjon mot eksisterende kunder må følgende i tillegg være oppfylt:

- Den elektroniske adressen må være innhentet i forbindelse med salg
- Henvendelsene gjelder tilsvarende egne varer/tjenester som kundeforholdet bygger på
- I forbindelse med innhenting av e-postadresse og/eller mobilnummer skal det gis informasjon om at denne kan bli benyttet til markedsføring
- Ved henvendelser skal det gis anledning til å reservere seg mot å motta flere markedsføringshenvendelser gjennom denne kanalen.

Informasjonsformidling er ikke omfattet av kravet om samtykke.

Dersom samtykke er innhentet og denne type henvendelser lovlig kan gjøres, skal det ved henvendelse gis informasjon som fremgår av punkt 7.1, eventuelt opplyse nærmere om hvor informasjon kan fås.

7.4 Bruk av personprofiler

Når det rettes en markedsføringshenvendelse til den registrerte på grunnlag av en personprofil, skal det opplyses om:

- hvem som er behandlingsansvarlig
- hvilke opplysningstyper som er anvendt
- hvor opplysningene er hentet fra

Dette følger av personopplysningsloven § 21.

En personprofil er; sammensatte opplysninger som er ”ment å beskrive atferd, preferanser, evner eller behov”. Opplysninger om kun navn og adresse vil som hovedregel ikke defineres som en personprofil. Den må være sammensatt av noen flere opplysninger. Hvilken tilleggsinformasjon som skal til, må vurderes i det enkelte tilfellet. Se også punkt 4.2.3 vedrørende bruk av statistisk informasjon.

Se Datatilsynets tolkning av hva som ligger i bestemmelsen http://www.datatilsynet.no/templates/article_1777.aspx

7.5 Utsendelse av materiale på vegne av andre

Med dette menes at en behandlingsansvarlig benytter sitt kunde- eller medlemsregister for å sende ut markedsføring av annet enn egne produkter/tjenester.

Innstikk i aviser, medlemsblad mv regnes ikke som direkte markedsføring av tredjepartsprodukter.

Utsendelse for andre regnes som en egen behandling. Markedsføring av tredjepartsprodukter trenger som hovedregel ikke samtykke fra den registrerte, men ha hjemmel i personopplysningsloven § 8 f. Ved slike

utsendelser må den behandlingsansvarlige påse:

- at den registrerte er informert om dette
- at utsendelse ikke er uforenelig med det opprinnelige formålet med behandlingen (jf personopplysningsloven § 11c)
- at det vaskes mot internt reservasjonsregister
- at det vaskes mot Det sentrale reservasjonsregisteret

Informasjon til de registrerte kan tas med i avtale eller kontrakt dersom dette danner grunnlag for kundeforholdet.

Dersom det er innhentet samtykke for utsendelse av tredjepartsprodukter vil vaskeplikten ikke gjelde. Samtykke kan innhentes i avtale eller kontrakt som inngås med kunden eller medlemmet.

8. Adressemekling

8.1 Definisjoner

Med adressemekling menes at en behandlingsansvarlig leier ut adresseliste til en annen behandlingsansvarlig for at mottakeren kan benytte listen til å sende ut markedsføring. Partene kan benytte en adressemekler som bistår med gjennomføringen av utsendelse, samt påser at personopplysningslovens krav oppfylles mht vasking mv.

Markedsføringen kan skje ved utsendelse eller telefonoppringing.

8.1.1 Partene

Eier: er eier av adresselistene. Eier er behandlingsansvarlig for listene, og må ha behandlingsgrunnlag for å kunne leie ut listene. Hovedregel er at utleie kan hjemles i personopplysningsloven § 8 f, dersom de øvrige vilkårene nedenfor er oppfylt.

Leier: kjøperen (leieren) av listene. Leier er behandlingsansvarlig for bruken av adressene og må ha et behandlingsgrunnlag for dette. Behandlingsgrunnlaget vil som hovedregel ha hjemmel i personopplysningsloven § 8 f, dersom de øvrige vilkårene nedenfor er oppfylt.

Adressemekler: Den som mottar adressefil av eier og forestår leier med utsendelse. Mekleren skal påse at listene er oppdatert mot Det sentrale reservasjonsregisteret, Døderegisteret og eventuelle lokale reservasjonsregistre. Adressemekleren er å anse som databehandler, jf personopplysningsloven § 15. Adressemekler kan ikke benytte materiale på annen måte enn det som er avtalt med eier.

8.1.2 Hvilke registre som kan mekles

Det er kun kunde- og medlemsregistre som kan mekles, med mindre det foreligger samtykke fra den registrerte.

De opplysningene som kan utleveres er navn, adresse, anropsnummer og fødselsdato, samt informasjon om hvor listen er hentet fra. Det vil si informasjon om at vedkommende er medlem eller kunde.

Andre opplysninger kan benyttes etter samtykke fra den registrerte.

E-postadresser kan ikke mekles uten etter samtykke fra den registrerte, jf markedsføringsloven § 15.

8.2 Øvrige plikter for de behandlingsansvarlige

Før utsendelse skal det vaskes mot internt reservasjonsregister og Det sentrale reservasjonsregisteret, jf markedsføringsloven § 12 annet ledd. Det er leier som er ansvarlig for å påse at vaskeplikten gjennomføres.

Eieren skal informere kunder/medlemmer om at videreformidling kan skje før det lovlig kan utleveres. Informasjon om dette kan inntas i medlemsvilkår mv. Informasjonen skal omfatte formål, hvilke personopplysninger som vil bli benyttet og adgangen til å reservere seg mot videreformidling.

Eier av listene vil ha informasjonsplikt etter personopplysningsloven § 19, mens leier som hovedregel vil ha informasjonsplikt etter personopplysningsloven § 20. Leieren kan oppfylle informasjonsplikten ved utsendelsen, jf personopplysningsloven § 20 annet ledd.

Adresselekteren kan ivareta informasjonsplikten for leier dersom dette er avtalt.

Utsendelsen skal kildemerkes jf markedsføringsloven 16. Dersom utsendelsen innebærer bruk av personprofil etter personopplysningslovens § 21, skal det i tillegg informeres om hvilke opplysningstyper som er brukt.

Leier kan kun benytte materialet til to utsendelser/ringerunder i løpet av 30 dager.

Både eier og leier skal melde behandlingen adressemekling til Datatilsynet, jf personopplysningsloven § 31.

9. Henvendelser fra den registrerte

9.1 Rett til innsyn

Enhver som ber om det har rett til å få vite hva slags behandling av personopplysninger den behandlingsansvarlige foretar, jf personopplysningsloven § 18. I tillegg kan det kreves opplysninger som nevnt i bestemmelsens første ledd.

Dersom vedkommende er registrert

I tillegg til den generelle informasjonen har den som ber om innsyn krav på følgende informasjon dersom han eller hun er registrert hos den behandlingsansvarlige:

- hvilke opplysninger om den registrerte som behandles
- sikkerhetstiltak ved behandlingene så langt innsyn ikke svekker sikkerheten.

Dersom den registrerte krever det skal informasjonen gis skriftlig, jf personopplysningsloven § 24.

9.2 Krav om retting eller sletting

Dersom den registrerte ved innsyn eller på annen måte bringer på det rene at det behandles personopplysninger som er uriktige, ufullstendige eller opplysninger det ikke er adgang til å behandle, kan vedkommende kreve at opplysningene rettes eller slettes, jf personopplysningsloven §

27.

Opplysninger som ikke er nødvendig for å fullføre formålet kan den registrerte kreve at slettes, jf personopplysningsloven § 28

Når det gjelder krav om reservasjon mot direkte markedsføring vises det til punkt 10.

Den behandlingsansvarlige skal vaske registre som benyttes til utsendelser mot Statistisk Sentralbyrås register over døde personer. Dersom det likevel rettes henvendelser mot døde personer, skal opplysningene sperres eller slettes straks det kommer henvendelser fra avdødes pårørende.

9.3 Svar på henvendelser

Det skal svares på henvendelser fra den registrerte så snart som mulig og senest innen 30 dager, jf personopplysningsloven § 16.

10. Reservasjoner

10.1 Internt reservasjonsregister

Den registrerte kan sperre sitt navn mot direkte markedsføring direkte hos markedsføreren, jf markedsføringsloven § 12. Markedsføreren skal, for å gjennomføre den registrertes rett, opprette en oversikt over personer som har sperret seg mot direkte reklame. Sperringene skal gjelde uavhengig av medium, det vil si mot postale henvendelser, telefonhenvendelser mv.

Markedsføring ved bruk av e-post, faks, SMS krever samtykke fra den registrerte, se punkt 7.3.

10.2 Det sentrale reservasjonsregisteret

Enhver kan ved å registrere sitt navn i Reservasjonsregisteret ved Registerenheten i Brønnøysund kreve sitt navn sperret mot bruk til direkte markedsføring uavhengig av medium.

Behandlingsansvarlige som markedsfører direkte skal vaske sitt adresseregister mot Reservasjonsregisteret før første gangs henvendelse til den registrerte. Det skal senere vaskes mot reservasjonsregisteret før det sendes henvendelser til den registrerte og eventuelt månedlig etter dette tidspunkt.

Plikten til å vaske gjelder ikke for markedsføring av egne produkter som rettes til personer som markedsføreren har et eksisterende kundeforhold til.

10.2.1 Hva menes med "eksisterende kundeforhold"

Hva som menes med "eksisterende kundeforhold" er ikke klart definert i verken personopplysningsloven eller i markedsføringsloven.

I en del tilfeller er det klart at det er etablert et eksisterende kundeforhold, for eksempel i de forhold hvor det foreligger avtale mellom kunden og markedsføreren.

For de forbindelser hvor dette ikke er klart må det foretas en konkret vurdering hvor det tas hensyn til bransje, type aktivitet og kundens forventning ved etableringen av kontakt mellom den registrerte og markedsføreren.

Dette innebærer at den enkelte markedsfører konkret må vurdere sine kundeforhold, spesielt med vekt på hva kunden forventer og hva som er vanlig innenfor vedkommendes bransje.

10.3 Andre lands gjennomføring

I henhold til direktiv 95/46/EF art 14 litra b har den registrerte rett til å kostnadsfritt reservere seg mot at opplysninger om vedkommende benyttes til markedsføring, av den behandlingsansvarlige selv eller av tredjeparter.

Retten til reservasjon hos den behandlingsansvarlige er gjennomført for alle land innenfor EU/EØS.

De fleste innenfor EU/EØS har etter hvert også fått en eller annen form for et sentralt reservasjonsregister. Det er forskjellig gjennomføring knyttet til om det er sentrale myndigheter eller den nasjonale markedsføringsforening som fører det nasjonale sentrale registeret.

Norske markedsførere som skal markedsføre sine produkter i land innenfor EU skal oppdatere de lister som benyttes mot det enkelte lands gjeldende sentrale reservasjonsregister.

For en oppdatert oversikt over hva som er gjeldende i det enkelte land vises det til FEDMA sin hjemmeside; www.fedma.org

11. Etterlevelse og kontroll

11.1 Reaksjoner ved brudd på bransjenormen

Styret i NORDMA fører kontinuerlig tilsyn med at medlemmer overholder bransjenormens krav til behandling av personopplysninger.

Dersom styret finner at medlemmer bruker personopplysninger i strid med bransjenormen vil dette bli nærmere undersøkt. Dersom det konkluderes med brudd på normene vil forholdet dessuten rapporteres i NORDMAs årsberetning, samt redegjøres for på hjemmesidene.

På bakgrunn av undersøkelsene vil relevante tiltak mot medlemsbedriften vurderes, og ved grove brudd, eller gjentagne brudd på reglene, kan ekskludering av medlemskap bli konsekvensen.

11.2 Klagebehandling

Enhver kan fremsette klage på medlemsbedrifters behandling av personopplysninger til styret i NORDMA. I den grad klagen innebærer brudd på personopplysningsloven vil klagen bli ekspedert videre til Datatilsynet for videre behandling der.

NORDMA vil føre en fortegnelse over innkomne klager og gjøre nærmere undersøkelser i de saker hvor klare brudd på bransjenormens bestemmelser fremkommer. Medlemsbedriften vil, i saker hvor det etterforskes nærmere, gis mulighet til å opplyse saken.

Oversikt over behandlinger av personopplysninger

Type opplysninger	Behandling	Hjemmel	Konsesjons- eller meldeplikt
Navn, adresse, telefon, mv og informasjon knyttet til administrasjon og oppfyllelse av kundeavtalen	Kunder/abonnet	POL § 8a, eventuelt samtykke	Unntatt meldeplikt jf POF § 7-7
Navn, adresse, telefonnr mv, samt informasjon for administrasjon og oppfyllelse av medlemsavtalen	Medlemmer	POL § 8 a, eventuelt etter samtykke	Unntatt konsesjons- og meldeplikt jf POL § § 7-15
Navn, adresse, telefonnr, fødselsdato, kjønn	Potensielle kunder/medlemmer (salgsstøtteregister)	POL § 8 f (evt samtykke)	Meldepliktig, jf POL § 31
Navn, adresse, telefonnr,	Utlevering for mekling	POL § 8 f	Meldepliktig jf POL § 31
Navn, adresse, fødselsnummer og gavebeløp	Annen rapportering til myndigheter – eks fødselsnummer til skattemyndigheter	Skatteloven § 6-50 jf forskrift	Meldepliktig jf POL § 31
Navn, adresse, fødselsnummer, (kopi av legitimasjon), transaksjons informasjon	Oppfyllelse av krav i hvitvaskingsloven	Hvitvaskingsloven	Meldepliktig jf POF § 7-22
Navn, adresse og svar på konkurranse	Gjennomføring av konkurranser	Samtykke, jf pol § 8	Meldepliktig etter pol § 31
Navn og adresse	Markedsføring av 3. mansprodukter	Pol § 8f	Meldepliktig etter pol § 31

Forklaring til tabellen

Oversikten angir hvilke behandlinger som antas være relevant for bransjen i forbindelse med direkte markedsføring. Oversikten er laget etter samtaler med sentrale virksomheter innenfor medlemmer innenfor NORDMA,

Oversikten er ment å skulle gi en beskrivelse av aktuelle behandlinger for den enkelte behandlingsansvarlige. Tilsvarende oversikt er et praktisk verktøy for den behandlingsansvarlige å benytte i sitt internkontrollarbeid. Oversikten kan ved enkle hjelpemidler benyttes til å oppfylle den generelle informasjonsplikten i personopplysningsloven § 18 første ledd.

Type personopplysninger

Personopplysninger som benyttes er angitt ved type og behandling. Ved inndelingen er det lagt vekt på formålet med bruken av opplysningene, samt inndeling/uttrykk benyttet i personvernlovgivningen. Målet er å oppnå en god beskrivelse av hvordan bransjen bruker personopplysninger, og samtidig relatere dette til de relevante bestemmelser i personvernregelverket.

Behandling

Ved inndeling i behandlinger er det tatt utgangspunkt i definisjonen i personopplysningsloven § 2 nr. 2: "Enhver bruk av personopplysninger, som f eks innsamling, registrering, sammenstilling, lagring og utlevering eller en kombinasjon av slike bruksmåter". Avgjørende for å skille en behandling fra en annen er således formålet med behandlingen av personopplysninger.

Hjemmel

Angivelse av hjemmel for å kunne behandle personopplysninger i henhold til personopplysningsloven § 8 og § 9. Som hovedregel skal enhver behandling av personopplysninger baseres på den enkeltes samtykke.

Konsesjons- eller meldeplikt

Hovedregelen etter personopplysningsloven er at enhver elektronisk behandling av personopplysninger skal meldes til Datatilsynet, jf lovens § 31. (Meldeplikten gjelder også manuelle registre). Det er gjort omfattende unntak fra meldeplikten i forskrift til personopplysningsloven kapittel 7, del II.

Behandling av sensitive personopplysninger er konsesjonspliktig, jf lovens § 33. Det er også gjort en rekke unntak fra konsesjonsplikten i forskrift til personopplysningsloven kap. 7.