

# Uddybning af FDIHs retningslinjer for ansvarlig e-mail markedsføring

## Ærlighed

### 1. Afsenderens identitet skal klart fremgå

- Anbefalingen er, at identitet fremgår af fra-feltet
- Tekniske årsager kan gøre, at dette ikke er muligt. Det er også acceptabelt, hvis afsenders identitet står i emne-feltet
- Afsenders identitet og adresse (både den fysiske og den elektroniske) skal stå i e-mailen

### 2. Emne-felt skal være i overensstemmelse med det faktiske indhold i e-mail

- Emne-felt bør klart beskrive tilbud og formål for modtageren
- Undgå potentielle vildledende præfiks såsom "RE" eller "FW"

### 3. Markedsføringen skal kun være af den type af indhold, som var beskrevet, da modtageren oprindeligt afgav samtykke til at modtage e-mail

- En fundamental forudsætning for at udvise ansvarlig e-mail markedsføring er, at man respekterer det samtykke, man har modtaget
- Da man kun kan bruge e-mails, som man har fået samtykke til at bruge af, skal man sikre sig, at det indhold e-mailen har, kan rummes inden for det samtykke, man har modtaget. På den måde skaber man mere værdi for afsenderen, men også for modtagerne. Modtageren vil opleve, at mailen er relevant og ligger inden for det, man har sagt ja til
- Erhvervsdrivende må anvende e-mail til markedsføring af tilsvarende produkter eller tjenesteydelser, som kunden købte ved oplysning om e-mail adresse. Dette gælder kun, hvis kunde har mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig henvendelse, både når kunden afgiver adresse og senere

## Ansvarlighed

### 4. Alle modtagere af e-mail markedsføring skal have afgivet lovligt samtykke

- Kravet om samtykke betyder, at afsenderen ikke må opsnappe e-mails ved fx at crawl websites. Tilladelse skal være indhentet fra personen selv. Hvis personen har givet tredjepart fuldmagt til at videregive hans samtykke til modtagelse af e-mail reklamer, er dette dog acceptabelt. Det kræver blot, at fuldmagten opfylder kravene til klarhed
- Under samtykke kan henføres e-mails, som er modtaget af den erhvervsdrivende i forbindelse med et køb. Betingelsen for brug af mailen skal dog være opfyldt, jf. ovenfor

### 5. Sikkerhedsniveauet skal være tilstrækkeligt højt til, at det sikrer mod fejlagtig eller uautoriseret brug af den indsamlede information

- Iflg. Persondataloven skal man have en klar politik for:
  - hvordan data opbevares
  - hvem der har adgang til data
  - hvordan de vedligeholdes og slettes
- Man skal sikre, at alle modtagere af en e-mail ikke kan ses af den fremsendte e-mail
- Flere oplysninger kan findes på [www.datatilsynet.dk](http://www.datatilsynet.dk)

### 6. Indhold af e-mails skal være i overensstemmelse med god markedsføringsskik

- God markedsføringsskik er en standard, der ændrer sig over tid, men i bedømmelse undgår særligt, om man har foretaget en afvejning af alle relevante hensyn, inden man sender sin e-mail. Det vil sige, at hvis man *ikke* tager hensyn til modtagerens legitime interesser eller generelle forbrugerinteresser eller de særlig hensyn i Markedsføringsloven, så overtræder man loven
- Indholdet skal særligt overholde de særlige regler i Markedsføringslovens § 8 om markedsføring over for børn og unge. Også de øvrige specialregler i loven skal man påse, at indholdet ikke strider i mod
- En række af specialbestemmelserne er bødesanktioneret

### 7. Svar skal håndteres ansvarligt, effektivt og i overensstemmelse med afgivet løfte

- Ansvarlig e-mail markedsføring kræver, at man altid holder en høj datakvalitet. Man skal derfor have en datapolitik, der sikrer god vedligeholdelse af dataene i ens databaser
- Tilmeldinger skal bekræftes og frameldinger skal fjernes hurtigst muligt (og bekræftes)

## Åbenhed

### **8. Alle e-mails skal inkludere en nem og synlig mulighed for, at modtageren kan framelde sig yderligere e-mails fra afsenderen**

- Skal ske på en klar og tydelig facon, fx via link i hver e-mail
- Skal være let og gratis
- Det er god skik at bekræfte en framelding

### **9. Afsenderen skal være i stand til at oplyse, hvorfra en e-mail adresse er indhentet og hvilke præferencer, modtageren er registreret under**

- Afsender skal kunne oplyse, hvornår og hvordan samtykke er indhentet, fx via link i e-mailen eller ved anden kontakt
- Ideelt set bør modtageren selv kunne ændre sine præferencer

### **10. Afsenderen skal informere modtageren om, hvilke personlige informationer og adfærd der indsamles og hvordan de vil blive brugt (efterleve god dataskik)**

- Skal gøres inden informationen anvendes
- Der skal udformes en let tilgængelig, tydelig og forståelig datapolitik for, hvorledes og hvorfor personlig information og adfærd opsamles, bruges og deles
- Datapolitik skal være let tilgængelig for modtageren, fx via link i e-mailen, jf. ovenfor
- Den ansvarlige erhvervsdrivende (afsender) skal informere modtager om typen af e-mail, han vil modtage og frekvensen af denne kommunikation
- Frekvens bør angives så præcis som muligt. Hvis et nyhedsbrev fx ikke udsendes med fast frekvens, kan der fx skrives: "Når der kommer nye eller forbedrede produkter" eller "når der er ny og relevant information"
- Modtager skal på en overskuelig måde kunne forstå, hvad han accepterer at modtage, når han siger ja til at modtage e-mails. En kortfattet og letforståelig beskrivelse skal formuleres og denne beskrivelse bør være tilgængelig i e-mailen fx via link