

# Ny rekordstor bøde for overtrædelse af spamforbuddet

## Forbrugerombudsmanden har politianmeldt selskabet Fibia P/S og udstedt rekordstor bøde

15. maj 2020

Af



**Malene Raunholt**

Advokat

Direkte: +45 63 13 44 93

Mail: [mar@kielberg.com](mailto:mar@kielberg.com)

Markedsføringslovens regler om uanmodet markedsføring (spam) gælder også, når markedsføringen sker via e-Boks i samarbejde med en kommune. Det har fibernetselskabet Fibia P/S måttet sande, efter at de i samarbejde med tre kommuner (Lolland, Odsherred og Kalundborg) via e-Boks har udsendt mindst 9.646 breve til udvalgte borgere, hvori kommunerne opfordrede borgerne til at tilslutte sig fibernet fra selskabet Fibia.

Spamforbuddet fremgår af markedsføringslovens § 10, stk. 1. Forbuddet forbyder erhvervsdrivende at rette henvendelse (markedsføre sig) til nogen ved brug af elektronisk post, som f.eks. e-Boks, med mindre modtageren har givet samtykke til det.

### Spamforbuddet gælder også, når andre reklamerer

Ifølge Forbrugerombudsmanden var det selskabet Fibia, der havde opfordret kommunerne til at udsende de mange breve med selskabets budskab om tilslutning til fibernet. På samme vis var det Fibia, der endeligt godkendte indholdet af brevene, som altså havde et indhold af markedsføring, der er underlagt reglerne i markedsføringsloven. Ifølge Forbrugerombudsmanden var det også Fibia, der havde forsynet kommunerne med adresseoplysninger på de udvalgte borgere, som skulle modtage brevene.



**Marie-Louise Uglebjerg Hansen**

Advokatfuldmægtig

Direkte: +45 63 13 44 06

Mail: [mlh@kielberg.com](mailto:mlh@kielberg.com)

Det er ikke nyt, at spamforbuddet også gælder, når man får andre til at markedsføre sin virksomhed eller produkter, men med denne sag fremhæver Forbrugerombudsmanden, at spamforbuddet også gælder, selvom det er andre, der står som afsender af markedsføringen. Sagen understreger således, at virksomheder kan blive ansvarlige for overtrædelse af spamforbuddet, selvom virksomheden ikke er afsender af henvendelsen. Det er tilstrækkeligt, at henvendelsen sker på virksomhedens opfordring, som det efter Forbrugerombudsmandens opfattelse var tilfældet i denne sag.

Det er ikke første gang, at et selskab i branchen bliver irettesat af Forbrugerombudsmanden. Tidligere har der været sager, hvor såkaldte "fiberambassadører" ikke har overholdt reglerne omkring uanmodet henvendelse til personer på deres bopæl.

Dengang udtalte Forbrugerombudsmanden: "Vi er opmærksomme på vigtigheden af at få hurtigt internet i hele landet, men forbuddet mod dørsalg gælder også, når privatpersoner handler på vegne af virksomheder. Overholdelse af lovgivningen er vigtig af hensyn til privatlivets fred, men også af hensyn til konkurrerende virksomheder."

Uanset om det er en offentlig myndighed (ikke-erhvervsdrivende), anden erhvervsdrivende eller privatpersoner, der markedsfører en virksomheds produkter, så skal dette altid ske i overensstemmelse med de gældende regler. I denne sag var det derfor en overtrædelse af spamforbuddet, da mindst 9.646 borgere uden at have givet samtykke til det modtog markedsføring om tilslutning til fibernet.

Til sagen om Fibia udtaler Forbrugerombudsmanden: "Virksomheder må kun sende reklamer via elektronisk post, hvis modtageren har givet samtykke til at modtage reklamerne. Så simpel er loven vedrørende spam. Fibia kan ikke omgå spamforbuddet ved at få kommunerne til at skrive til borgerne via e-Boks."

## **Service meddelelse vs. markedsføring**

I brevene udsendt af kommunerne fremgik det bl.a. "Dette brev er en servicemeddelelse fra xx Kommune med en opfordring til at

---

Ny rekordstor bøde for overtrædelse af spamforbuddet

Virksomheder kan blive ansvarlige for overtrædelse af spamforbuddet, selvom afsenderen er en anden.

---

Side 2 af 4

støtte etableringen af højhastighedsinternettet i og omkring xx område... Derfor er det vigtigt, at du som borger tager stilling til, om du/i ønsker at fremtidssikre dit område... Hvis ikke der er tilstrækkelig opbakning, sender Fibia gravemaskinerne videre til nye områder...".

I markedsføringsloven skelnes der mellem servicemeddelelser og markedsføring. Grænsen, for hvornår en meddelelse udgør markedsføring, kan være meget lav. En god tommelfingerregel er, at såfremt et budskab tilfører virksomheden imagebranding, vil der være tale om markedsføring.

Det er som oftest kun i løbende kundeforhold, at servicemeddelelser er relevante. Det er ikke afgørende, hvad virksomheden kalder henvendelsen – i dette tilfælde, hvor henvendelsen blev kaldt ”servicemeddelelse”, vurderede forbrugerombudsmanden alligevel, at der var tale om markedsføring.

## Rekordstor bøde

Fibia P/S har accepteret at betale den rekordstore bøde på 964.600 kr.

Sidste år var det kursusvirksomheden, Institut For Personaleudvikling ApS, der blev dømt til at betale en dengang rekordstor bøde på kr. 800.000 for overtrædelse af spamreglerne i markedsføringsloven. Det skrev vi dengang om i denne [artikel](#).

---

Hos Kielberg Advokater holder vi os opdateret på, hvad der sker inden for de forskellige retsområder. I forbindelse med spamreglerne har vi tidligere skrevet om overtrædelse af spamforbuddet, og hvad man som afsender af markedsføring skal være særligt opmærksom på. [Læs mere her](#).

Har du spørgsmål til lovligheden af din virksomheds markedsføringsaktiviteter, er du velkommen til at rette henvendelse med henblik på en uformel drøftelse.

---

Ny rekordstor bøde for overtrædelse af spamforbuddet

Virksomheder kan blive ansvarlige for overtrædelse af spamforbuddet, selvom afsenderen er en anden.

---

Side 3 af 4

Eventuelle spørgsmål kan rettes til:

MALENE RAUNHOLT

Direkte: +45 63 13 44 93

Mail: [mar@kielberg.com](mailto:mar@kielberg.com)

MARIE-LOUISE UGLEBJERG HANSEN

Direkte: +45 63 13 44 06

Mail: [mlh@kielberg.com](mailto:mlh@kielberg.com)

---

Ny rekordstor bøde for  
overtrædelse af spam-  
forbuddet

Virksomheder kan blive  
ansvarlige for overtræ-  
delse af spamforbuddet,  
selvom afsenderen er en  
anden.

---

Side 4 af 4