

Møte fredag den 10. desember kl. 10.26

President: Å g o t V a l l e

D a g s o r d e n (nr. 12):

1. Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om lov om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven) (Innst. O. nr. 22 (2004-2005), jf. Ot.prp. nr. 92 (2003-2004))
2. Referat

S a k n r . 1

Innstilling fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen om lov om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven) (Innst. O. nr. 22 (2004-2005), jf. Ot.prp. nr. 92 (2003-2004))

Presidenten: Etter ønske fra familie-, kultur- og administrasjonskomiteen vil presidenten foreslå at taletiden blir begrenset til 5 minutter til hver gruppe og 5 minutter til statsråden.

Videre vil presidenten foreslå at det blir gitt anledning til tre replikker med svar etter innlegg fra medlemmer av Regjeringen innenfor den fordelte taletid.

Videre blir det foreslått at de som måtte tegne seg på talerlisten utover den fordelte taletid, får en taletid på inntil 3 minutter.

– Det anses vedtatt.

Ola T. Lånke (KrF) [10:27:29] (ordfører for saken):

De endringer i markedsføringsloven som i dag blir vedtatt, innebærer et forsøk på å demme opp mot et fenomen som i lengre tid har irritert mange av oss. Forhåpentlig vil den nye lovbestemmelsen være et viktig skritt i retning av å gjøre vår jobbtillværelse enda litt lysere – hvis man lykkes. Problemet vi snakker om, er masseutsendt e-postreklame, eller det vi i dagligtale omtaler med det engelske ordet «spam».

De fleste av oss erfarer vel at såkalt spam opptrer som et irritasjonsmoment i vår hverdag, ved at det popper opp som søppelpost på skjermen til enhver tid. Det ligger i veien og må stadig fjernes. Samtidig vet vi at dette fenomenet påfører samfunnet store kostnader. Både private og offentlige virksomheter må bære disse økonomiske belastningene.

I tillegg representerer spam også en sikkerhetsrisiko. Kombinert med virus kan det f.eks. forårsake store ødeleggelser. Brukt i forbindelse med såkalt spionprogramvare åpnes det muligheter for uthenting av følsomme opplysninger fra lukkede registre, f.eks. om personlige og private forhold. Én variant er den hvor det kan brukes til å kartlegge våre forbruksvaner, for så å målrette eller skreddersy salgsbudskap til enkeltpersoner og bedrifter. Her er det nok bare fantasien som setter begrensninger.

Bakgrunnen for lovendringsforslaget er artikkel 13 i EU-direktivet om personvern og elektronisk kommunikasjon. Det dreier seg om å forby utsending av elektronisk reklame til alle fysiske personer uten at de har gitt sitt samtykke. Også i dag er det forbudt å sende slik e-postreklame til forbrukerne uten at de har gitt samtykke. Den endringen som nå vedtas, er et liknende forbud mot at arbeidstakere og næringsdrivende skal kunne motta uønsket e-postreklame. Jeg gjør oppmerksom på at det også er innbakt en unntaksregel i tilfelle det dreier seg om markedsføring direkte til egne kunder via egne kunderegistre.

Forslaget fra Regjeringen følger i hovedsak EU-direktivet, men avviker på ett punkt. I direktivet heter det at kravet om forhåndssamtykke skal gjelde overfor «abonnenter som er fysiske personer». I lovforslaget fra Regjeringen står det at det bare skal gjelde «fysiske personer». I proposisjonen er det gitt en fylldig begrunnelse for det valg av formulering som er foretatt. Det har vært en viss uenighet blant høringsinstansene, men de fleste støtter Regjeringens forslag. Det hører også med at de ulike EU-landene har valgt ulike løsninger, og at våre naboland Sverige og Danmark har benyttet samme løsning som er foreslått av den norske regjeringen.

Proposisjonen inneholder også noen andre, mindre endringer, men her viser jeg til proposisjonen og merknaene i innstillingen. Jeg finner ikke grunn til å utdype dette nærmere all den stund det er så bred enighet om de ulike forslagene som det kan være. En enstemmig komitee slutter seg til lovendringsforslagene.

Fremskrittspartiet og Arbeiderpartiet har fremmet et forslag med sikte på bekjempelse av spionprogramvare, såkalt «ad-ware»/«spy-ware». Det er ingen grunn til å si seg uenig i den påpekning som Fremskrittspartiet og Arbeiderpartiet her gjør i forhold til fenomenet – tvert imot. Når flere av oss likevel ikke støtter dette forslaget, skyldes det vel mer usikkerhet om hva som egentlig ligger i det, og om hvilken rekkevidde dette forslaget vil ha. Derfor vil jeg nøye meg med å anbefale Regjeringen å se nærmere på dette med spionprogramvare i sitt videre arbeid og eventuelt komme tilbake til Stortinget med endringer på et senere tidspunkt hvis den finner det nødvendig.

Det står igjen å legge til at det lovforbudet som i dag vedtas, neppe alene er tilstrekkelig til å få bukt med dette problemet. Det er sjelden at lover alene er tilstrekkelig i den sammenheng, så her hviler det et ansvar også på andre instanser i samfunnet. Ikke minst vil jeg peke på at IKT-bransjen selv må ta et ansvar og gå inn i kampen mot dette uvesenet.

Ulf Erik Knudsen (FrP) [10:32:34]: Man kan kanskje lage et humoristisk poeng av at min tale i dag er håndskrevet. Dette er jo en sak som griper mye inn i datamaskinenes hverdag, og det er en ren tilfeldighet at manus denne gangen er håndskrevet.

De som er aktive brukere av datamaskiner, kjenner – eller bør kjenne – begrepet «spam». Som saksordfører sa, handler dette enkelt og greit om masseutsendelse av

e-postreklame som man ikke har bedt om. I noen tilfeller kan dette være reklame for seriøse produkter. I de fleste tilfellene gjelder det useriøse produkter eller direkte forsøk på lureri, svindel og bedrageri. Senest i denne uken var dette et av hovedtemaene i en av CNNs sendinger der man tok opp problemet med det amerikanerne kaller «fishing», som vi kan oversette til norsk: fisking. Det er forsøk på å få folk til å oppgi personnummer, kredittkortnummer osv., med det formål å svindle penger fra dem.

Vi er i et område hvor begrepene kan forvirre: «spam», «fishing», «spy-ware», «ad-ware», «ormer» osv. Det det enkelt og greit handler om, er banditter og useriøse markedsførere som vil loppe folk for penger. Problemet er at det kun er noen få av disse som holder til i og driver sin virksomhet fra Norge. I stor grad handler det om geskjefter knyttet til USA eller mer eksotiske land, med lite eller ingen reguleringer på området.

De lovvedtak som vi fatter i dag, er godt egnet til å beskytte norske forbrukere og norske ansatte i bedrifter mot overivrige markedsførere fra norske firmaer. Men det hjelper lite for hoveddelen av problemet, som altså ligger utenlands.

Det er bra at man får på plass lovgivning i Norge og en rekke europeiske land, men det er også viktig at man fokuserer på dette overfor land utenfor Europa. Her er det mitt håp at Regjeringen kan gjøre en jobb. Det er tross alt god forbrukerpolitikk, og det er slik at spam er med på å gjøre Internett mindre effektivt.

Fremskrittspartiet vil gå noe lenger enn det Regjeringen foreslår i sin proposisjon, ved at vi sammen med Arbeiderpartiet fremmer et forslag om forbud mot såkalt spionprogramvare, «ad-ware»/«spy-ware», der brukerne ikke har gitt sin eksplisitte tillatelse til det. Vi er selvfølgelig glad for vårt samarbeid med Arbeiderpartiet i den sammenheng. Vi er også glad for at saksordfører nå indikerer at han håper at Regjeringen vil se nærmere på denne konkrete problemstillingen. Regjeringen kommer da forhåpentligvis tilbake med noe konkret på dette området, som bl.a. er et problem for den enkeltes privatliv og når det gjelder svindel og den type ting.

Herved tar jeg opp forslaget fra Fremskrittspartiet og Arbeiderpartiet.

Presidenten: Representanten Ulf Erik Knudsen har tatt opp det forslaget han refererte til.

Statsråd Laila Dāvøy [10:36:00]: Lovforslaget som nå skal behandles, gjelder altså forbud mot uanmodet elektronisk markedsføring. Elektronisk søppelpost eller spam er i dag et stort problem for brukere av e-post og Internett. Både privat og på jobben fylles innboksen opp av e-postreklame som man ikke har bedt om, og som oftest er uønsket. For enkeltpersoner betyr det bryderi og ergrelse å måtte rydde opp i all denne e-posten en ikke ønsker. For bedriftene betyr det tapt effektivitet. Ikke minst vil tilliten til Internett som kanal for kommunikasjon og e-handel undergraves.

Jeg har merket meg at det ikke er noen uenighet i komiteen om selve lovforslaget. Jeg vil likevel gå kort igjennom hovedforslagene.

For det første utvides personkretsen som blir beskyttet mot spam og lignende. I dag er det forbudt å sende elektronisk reklame til forbrukere uten mottakerens forutgående samtykke. Lovforslaget innebærer at det kreves forhåndssamtykke fra alle fysiske personer. Dermed blir det klart at arbeidstakere og næringsdrivende, som er fysiske personer, ikke skal få spam på jobben.

For det andre innføres et nytt unntak fra kravet til forhåndssamtykke når det gjelder e-postreklame til egne kunder. For eksempel kreves det ikke forhåndssamtykke når bokklubbene sender e-postreklame om bøker til sine medlemmer. Her skal det imidlertid være en enkel avmeldingsadgang for kunden, dvs. at han eller hun skal kunne si stopp når som helst. For at hovedregelen om forhåndssamtykke ikke skal utvannes, er det viktig at unntaksregelen tolkes snevert. Jeg er glad for at komiteen stiller seg bak dette.

Stortinget har tidligere bedt Regjeringen utrede hva som skal være lovlig når det gjelder såkalte «tips en venn»-funksjoner ved e-postmarkedsføring. Spørsmålet blir behandlet i proposisjonen, men det fremmes ingen lovforslag om dette. Generalklausulen i markedsføringsloven § 1 og retningslinjene som er gitt, anses som tilstrekkelig regulering.

Til slutt: Jeg har merket meg at komiteen påpeker at det er uklart i hvilken grad sanksjons- og håndhevningsansvaret overfor andre fysiske personer enn forbrukere er godt nok ivarettatt. Til dette vil jeg si at departementet står overfor en større revisjon av markedsføringsloven. Dette spørsmålet vil bli tatt opp i forbindelse med vurderingen av markedsføringslovens sanksjonssystem generelt.

Når det så gjelder mindretallets forslag om forbud mot overvåking ved hjelp av spionprogramvare, vil jeg påpeke at dette til dels er regulert i ekomforskriften § 7-3 og i straffelovens bestemmelse om datainnbrudd, § 145 annet ledd. Regjeringen vil komme tilbake til saken dersom det blir aktuelt. Eventuelt kan dette være en sak for Datakrimutvalget å vurdere.

Presidenten: Flere har ikke bedt om ordet til sak nr. 1. (Votering, se nedenfor)

Etter at det var ringt til votering i 5 minutter, uttalte **presidenten:** Odelstinget skal da votere i sak nr. 1 på dagens kart.

Votering i sak nr. 1

Presidenten: Under debatten har Ulf Erik Knudsen satt fram et forslag på vegne av Arbeiderpartiet og Fremskrittspartiet. Forslaget lyder:

«Stortinget ber Regjeringen fremme forslag om at også spion-programvare, såkalt «ad-ware»/«spy-ware», ikke skal kunne brukes for å overvåke andres IKT-utstyr, uten brukernes eksplisitte tillatelse.»

Forslaget blir i samsvar med forretningsordenens § 30 fjerde ledd å sende Stortinget.

Komiteen hadde innstillet til Odelstinget å gjøre slikt vedtak til

I o v

om endringer i lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven)

I

I lov 16. juni 1972 nr. 47 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (markedsføringsloven) skal det gjøres følgende endringer:

§ 2 b skal lyde:

§ 2 b *Begrensninger i bruk av visse kommunikasjonsmetoder*

Det er forbudt i næringsvirksomhet uten mottakerens forutgående samtykke å rette markedsføringshenvendelser til *fysiske personer* ved hjelp av elektroniske kommunikasjonsmetoder som tillater individuell kommunikasjon, som for eksempel *elektronisk post, telefaks* eller automatisert oppringningssystem (talemaskin).

Krav om forhåndssamtykke etter første ledd gjelder likevel ikke for markedsføring der *den fysiske personen* kontaktes muntlig ved hjelp av telefon.

Krav om forhåndssamtykke etter første ledd gjelder heller ikke markedsføring ved hjelp av elektronisk post i eksisterende kundeforhold der den næringsdrivende avtaleparten har mottatt kundens elektroniske adresse i forbindelse med salg. Markedsføringen kan bare gjelde den næringsdrivendes egne varer, tjenester eller andre ytelser tilsvarende dem som kundeforholdet bygger på. Når den elektroniske adressen samles inn, og eventuelt ved hver enkelt senere markedsføringshenvendelse, skal kunden enkelt og gebyrfritt gis anledning til å frabe seg slike henvendelser.

Med elektronisk post menes i denne bestemmelse enhver henvendelse i form av tekst, tale, lyd eller bilde som sendes via et elektronisk kommunikasjonsnett, og som kan lagres i nettet eller i mottakerens terminalutstyr inntil mottakeren henter den. Herunder omfattes tekst- og multimediemeldinger til mobiltelefon (SMS og MMS).

Ehandelslovens bestemmelser, herunder § 9 om elektronisk markedsføring, gjelder i tillegg til bestemmelsen her.

Departementet kan ved forskrift gi nærmere bestemmelser om hva som omfattes av første ledd.

§ 9 g første ledd skal lyde:

Departementet godkjenner norske myndigheter og organisasjoner som kan opptre som part i sak i andre EØS-stater med sikte på å få nedlagt forbud mot handling som nevnt i § 9 e. Departementet underretter *EFTA-statenes faste komité* om de utpekte myndigheters og organisasjoners navn og formål, med sikte på oppføring på listen nevnt i § 9 f.

§ 11 skal lyde:

§ 11 *Markedsrådet*

Markedsrådet skal bestå av 9 medlemmer med personlige *varamedlemmer* som oppnevnes av Kongen. Funksjonstiden for medlemmene er fire år, dog slik at det ved første gangs oppnevning av rådet kan settes en kortere funksjonstid for noen av medlemmene. Kongen oppnevner *lederen* og *lederens vara*.

§ 12 andre ledd skal lyde:

Vedtaket etter første ledd *første til tredje*, femte eller sjettede punktum kan også rettes mot virksomheter og personer som har medvirket til at handlingen fant sted eller at vilkåret ble brukt. § 17 *fjerde* ledd gjelder tilsvarende.

§ 12 fjerde ledd skal lyde:

Markedsrådet er vedtaksført når *lederen* eller *lederens vara* og minst 4 andre medlemmer eller *varamedlemmer* er til stede. Vedtak treffes ved alminnelig flertall. Ved stemmelikhet er *lederens* stemme avgjørende.

§ 13 sjettede ledd skal lyde:

Med samtykke av Markedsrådets *leder* kan Forbrukerombudet forelegge for Markedsrådet en sak av prinsipiell karakter knyttet til overtredelse av §§ 1-5 eller § 9 c, eller til overtredelse av forskrifter gitt i medhold av lov 4. desember 1992 nr. 127 om kringkasting § 3-1 *fjerde* ledd. Dette gjelder uten hensyn til om minnelig ordning er oppnådd eller den næringsdrivende erklærer at markedsføringstiltaket er avsluttet.

II

Lova gjeld frå den tid Kongen fastset.

V o t e r i n g :

Komiteens innstilling bifaltes enstemmig.

Presidenten: Det voteres over lovens overskrift og loven i sin helhet.

V o t e r i n g :

Lovens overskrift og loven i sin helhet bifaltes enstemmig.

Presidenten: Lovvedtaket vil bli sendt Lagtinget.

S a k n r . 2

Referat

Presidenten: Det foreligger ikke noe referat.

Møtet hevet kl. 10.50.