



P r i v a c y
P o l i c y
O n l i n e
S e r v i c e s



AZ ÚJ REKLÁMTÖRVÉNY DIREKT MARKETINGRE VONATKOZÓ SZABÁLYAINAK ÖSSZEFOGLALÓJA

A nem megfelelő előkészítés mellett elfogadott új reklámtörvény (2008. évi XLVIII. törvény) már kiadásának pillanatában is sokak által nehezen volt értelmezhető.

A törvény 2008. szeptember 1. napján bekövetkezett hatályba lépése előtt ugyan készítettem már egy összefoglalót a direkt marketing szabályainak változásairól, de mivel az elmúlt hetekben kétszer módosította az Országgyűlés a szabályokat, ráadásul a Büntető Törvénykönyv személyes adattal visszaélés tényállását is szigorította, szükségesnek láttam egy új összefoglaló készítését a jelenlegi direkt marketing szabályokról.

Az összefoglalót elsőként a most indult www.adatvedelmiszakerto.hu adatvédelmi szakértői blogomon publikálom. Az új reklámtörvénnyel kapcsolatos további anyagok hamarosan elérhetők lesznek a <http://reklamtorveny.lap.hu> címen is.

1. AZ ÚJ ÉS MÓDOSULT JOGSZABÁLYOK

- | | |
|---------------------------|---|
| 2008. évi XLVII. törvény | - a fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról (Fttv.); |
| 2008. évi XLVIII. törvény | - a gazdasági reklámtevékenység alapvető feltételeiről és egyes korlátairól (Grt.); |
| 1995. évi CXIX. törvény | - a kutatás és a közvetlen üzletszerzés célját szolgáló név- és lakcímadatok kezeléséről (DM tv.); |
| 2001. évi CVIII. törvény | - az elektronikus kereskedelmi szolgáltatások, valamint az információs társadalommal összefüggő szolgáltatások egyes kérdéseiről (Eker. tv.); |
| 2003. évi C. törvény | - az elektronikus hírközlésről (Eht.). |

2. KÖZÖS DIREKT MARKETING SZABÁLYOK

A törvény fő szabályként kimondja, hogy minden direkt csatornán („közvetlen megkeresés módszerével”) csak akkor lehet megkeresni a reklám címzettjét, ha ehhez előzetesen, egyértelműen és kifejezetten hozzájárult.

Mit is jelent ez? Egyáltalán mit tart a törvény reklámnak: minden közlés, tájékoztatás, amely valamely szolgáltatás, áru igénybevételére akár közvetett módon is ösztönöz, vagy e célból a cégnév, a szolgáltatás és termék neve ismertségét növeli, reklámnak minősül. Reklám tehát egy egyszerű hírlevél is, amiben szerepel néhány link a honlapunkra, még ha a kattintásból közvetlen bevételünk nem is származik.

A törvény előzetes hozzájárulást vár el, tehát nem a reklám kiküldésekor vagy később kell a nyilatkozatot beszerezni. Egyértelmű legyen a hozzájárulás, a hirdető köteles bizonyítani, hogy ügyfele abból a célból adta meg elérhetőségeit, hogy oda reklámot is küldhessen. A „kifejezett hozzájárulás” pedig annyit tesz, hogy a címzett részéről egy aktív, kizárólag a direkt marketing üzenet fogadására irányuló magatartás szükséges a hozzájáruló nyilatkozat érvényességéhez, azaz nem elegendő egy hosszú jogi szövegben utalás a direkt marketing üzenet küldésére, és nem lehet összevonni az egyéb ÁSZF-et, adatkezelési feltételeket elfogadó szöveggel, hanem pl. egy alapértelmezett állásában üres check box segítségével tudjuk a nyilatkozatot elkérni.

Bár a törvény csak természetes személy címzettek vonatkozásában szabályoz, fontos kiemelni, hogy a reklám címzettje a törvény definíciója szerint „aki felé a reklám irányul, illetve akihez a reklám eljut.” A szakértők abban talán megegyeznek, hogy az info@cégnév.hu címre hozzájárulás nélkül is lehet reklámot küldeni. De nem tudni, vajon a jogalkalmazás a keresztnév.vezetéknév@cégnév.hu címet természetes személy címzettként értékeli-e majd vagy sem. Honnan fogja tudni a hirdető és a hatóság vagy bíróság, hogy a kriszta@emil-mail.hu e-mail cím egy az emil-mail.hu szolgáltatónál regisztrált magánszemély felhasználó, avagy az emil-mail

Privacy Policy Online Services

2120 Dunakeszi, Csillag u. 10/4.

Telefon: 06.20.444.3999

Honlap: <http://www.ppos.hu>



kft. alkalmazottja. Ráadásul a vezetéknev.keresztnév@cégnév.hu típusú e-mail cím személyes adatnak is minősül, amelyet csak egy előre meghatározott célból történő hozzájárulás alapján lehet kezelni. Ezek alapján én mindenkinek azt javaslom, hogy kizárólag előzetes hozzájárulás alapján küldjön direkt marketing üzeneteket.

A hozzájáruló nyilatkozat csak akkor lesz érvényes, ha a nyilatkozta tartalmazza a nyilatkozó nevét, valamint korhatáros reklám (pl. alkohol) esetében születési helyét és idejét is. Bár a törvény nem írja elő, de mindenképp célszerű a nyilatkozattétel körülményeit, dátumát is valamiképp rögzítenünk.

A nyilatkozat bármikor korlátozás és indokolás nélkül visszavonható. Az adatokat ez esetben törölni kell.

Minden kiküldött direkt marketing üzenet azonosítható módon tartalmazza a feladót és azonosítható legyen a reklám tartalom, lehetőség szerint már a küldemény megnyitása előtt, pl. e-mail feladó és tárgy, postai levélnél feladó a borítékon, telefonálás esetében elküldött hívószám.

Szembetűnő módon kell tájékoztatást adni arról a címről és egyéb elérhetőségről, ahol az ilyen reklámok küldésére vonatkozó hozzájáruló nyilatkozat visszavonását kezdeményezheti. Egy telefonos vagy SMS kampánynál ennek a feltételnek elég nehezen lehet eleget tenni...

A jogsértésekért egyetemlegesen felel a reklámozó, a reklámszolgáltató és a közvétevő. Magyarul a hatóság pl. a hirdetőt is felelősségre vonhatja még akkor is, ha az eDM-et kiküldő alvállalkozó hibázott.

A bírság felső határa elektronikus csatornák esetében 500.000 Ft, más esetben akár 100.000.000 Ft is lehet. Általánosan a Nemzeti Fogyasztóvédelmi Hatóság, elektronikus csatornák esetében a Nemzeti Hírközlési Hatóság rendelkezik hatáskörrel. Az adatvédelem szabályainak megsértésekor alkalmazott jogkövetkezmények részletes felsorolása már egy másik bejegyzés témája lesz.

3. A POSTAI CÍMZETT REKLÁMKÜLDEMÉNY

A közös szabályok alapján postai úton elsődleges a hozzájáruláson alapuló levélküldés, de bizonyos kedvezményeket is ad a jogalkotó.

Postai névre szóló küldemény esetében a következő adatforrásoktól is lehet név és lakcím adatokat átvenni:

- meglévő ügyfél, üzletfél;
- jogszerűen nyilvánosságra hozott adatbázis (pl. telefonkönyv);
- más, hasonló tevékenységet végző cég;
- Közigazgatási és Elektronikus Közszolgáltatások Központi Hivatala (lakcímnyilvántartás).

Ezen átvett adatokat két féle módon lehet felhasználni:

1. Egyszer megkeressük a címlistában szereplő személyeket azzal, hogy legyenek szívesek és adják hozzájárulásukat címzett reklámküldemény küldéséhez. Az engedélykérő levél reklámot nem tartalmazhat. Pozitív válasz esetén küldhető részükre reklám.

2. Amennyiben 500 db vagy e feletti küldeményt tervezünk az átvett címlistára kiküldeni a Magyar Posta Zrt. segítségével, akkor közvetlenül küldhető a reklám a címzettek részére, de az elsőként kiküldött reklámküldeménynek tartalmaznia kell a lemondást lehetővé tevő, postai úton címzett, térítésmentesen feladható és könyvelt küldeményként, igazolható módon kézbesített válaszlevelet.

Privacy Policy Online Services

2120 Dunakeszi, Csillag u. 10/4.

Telefon: 06.20.444.3999

Honlap: <http://www.ppos.hu>



Tekintettel arra, hogy számos forrásból tudunk átvenni lakcímeket, előfordulhat, hogy olyan személyek adatait is megkapjuk, aki korábban tiltakozott a direkt marketing megkeresés ellen. Ezt elkerülendő a postai dm levelek esetében nem csak törölni kell a személyes adatokat a direkt marketing listánkról, hanem tilalmi- vagy más néven Robinson-listára is fel kell venni a nevet és lakcímet. Minden kiküldés előtt ellenőrizni kell, hogy nem szerepel-e az illető a Robinson-listán. A listán szereplő személyek részére hozzájárulást kérő levél sem küldhető.

4. E-MAIL, SMS, MMS, FAX, BLUETOOTH ÚTJÁN KÜLDÖTT REKLÁM

Egy évet élt az a lehetőség, mely szerint meglévő ügyfél részére saját termékünk ill. szolgáltatásunk ajánlatát elküldhettük hozzájárulás nélkül. Mára már ügyfelünknek sem küldhetünk pl. új akciónkról, kapcsolódó szolgáltatásunkról ajánlatot.

Ezen elektronikus csatornák esetében csak az opt-in szabályozás él, tehát egy névvel ellátott előzetes hozzájárulás szükséges. E-mailben azonban nem lehet hozzájárulást kérni.

Önmagában azonban nem minősül reklámnak a cégadatok vagy pl. domain név és e-mail cím e-mailben történő közzététele. Ez nem azt jelenti, hogy ezerszám lehetne egy csak egy domain nevet tartalmazó spamet kiküldeni. A szabályozás pl. arra vonatkozik, hogy ha kapunk egy vicces videót ismerősünktől, és azt úgy küldjük tovább, hogy csatoljuk aláírás fájlunkat is, ez még nem lesz reklám.

Szintén nem reklám az, ha a vállalkozás termékére vonatkozó üzenetet a vállalkozástól független személy közli, különösen ha a közlés ellenszolgáltatás nélkül történik. Pl. az adatvedelmiszakerto.hu portálon megjelent cikket is tovább lehet küldeni ismerős részére a rendszer segítségével. A portáltól független személy fogja a cikket elküldeni ismerősének, így ez nem minősül reklámnak.

5. TELEMARKETING

Telefonos megkeresés szintén akkor lehet jogszerű, ha előzetesen hozzájárult ehhez a hívott fél.

A hírközlési törvény azonban egy kis opt-out lehetőséget biztosít. Mégpedig lehetővé teszi, hogy a hirdető azokat a személyeket is felhívja telefonon, akik korábban nem nyilatkoztak úgy, hogy nem kívánnak ilyen kapcsolatfelvételt fogadni.

A gyakorlatban ez annyit jelent, hogy amikor előfizetői szerződést kötünk a telefonszolgáltatónkkal, tájékoztatást kapunk a letiltás jogáról. Ha ezzel nem élünk sem akkor, sem később, akkor jogszerűen hívhat fel minket a hirdető.

A papír alapú és elektronikus telefonkönyvekben a telefonszám mellett egy § jel vagy más megjelölés jelzi azt, ha valaki letiltotta a direkt marketing megkeresést.

Automatizált hívórendszert vagy előfizetői kapcsolat létrehozására szolgáló más automatizált eszközt azonban csak akkor lehet igénybe venni, ha ehhez az előfizető előzetesen hozzájárult.

6. SZÓRÓLAP, TV, RÁDIÓ, ÓRIÁSPLAKÁT

Ezen ún. mennyiségi csatornák használata személyes adatkezeléssel nem jár, így a direkt marketing szabályokat, kööttségeket alkalmazni nem kell. Természetesen a reklámok tartalmi követelményeinek itt is meg kell felelni, de ez már nem az adatvédelmi szakértő asztala. ☺

Privacy Policy Online Services

2120 Dunakeszi, Csillag u. 10/4.

Telefon: 06.20.444.3999

Honlap: <http://www.ppos.hu>



Ha írásomat érdekesnek találta, az adatvédelemmel illetve a direkt marketinggel kapcsolatos cikkeket, jogeseteket, jogszabályi változásokat, híreket, ajánlatokat e-mailben is elolvashatja, ha feliratkozik szakértői hírlevelemre a www.adatvedelmiszakerto.hu címen. Ígérem, havi egy-két levélnél többet nem küldök.

Ha konkrét kérdése van, szóljon hozzá a témához, vagy írjon e-mailt a www.ppos.hu honlapon is megtalálható elérhetőségekre!

Dunakeszi, 2009. augusztus

Dr. Kulcsár Zoltán

Privacy Policy Online Services
2120 Dunakeszi, Csillag u. 10/4.

Telefon: 06.20.444.3999

Honlap: <http://ppos.hu>

E-mail: kulcsar.zoltan@ppos.hu