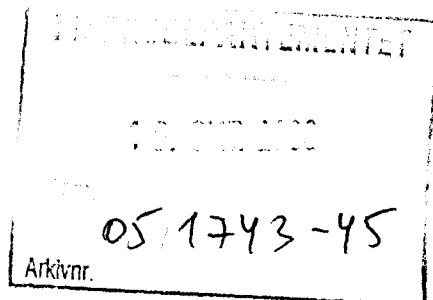


Finansdepartement
Postboks 8008 Dep

0030 OSLO



Deres ref.

Vår ref.
Sak nr: 08/1538-2
Saksbehandler: Ida Otterstad
Dir.tlf: 45 49 00 31

Dato:
08.10.2008

Høring - Utveksling av grunndata på personinformasjonsområdet

Jeg viser til departementets høringsbrev av 1. juli 2008 vedrørende innspill til den nedsatte arbeidsgruppas rapport vedrørende behov for å iverksette tiltak for å bedre kvaliteten og effektiviteten ved bruk av folkeregisteret.

Jeg ser klare fordeler, men også enkelte betenkeligheter ved å endre dagens ordning. Her tenker jeg da særlig på at utvidelse av innhold eller bruk av folkeregisteret må balanseres opp mot forbrukerinteresser og hensyn til personvernet. Jeg ser det derfor som positivt at departementet legger opp til at personvern hensyn skal behandles grundig både i høringen og i etterkant av arbeidsgruppens utredning.

Jeg vil knytte enkelte kommentarer til punkt 6.5 *Tilgang til opplysninger*.

Arbeidsgruppen foreslår økt tilgjengeliggjøring av personopplysninger sammenlignet med dagens regler. Ved økt tilgjengeliggjøring av slike opplysninger må, som arbeidsgruppen også påpeker, grenser settes "for hvilke opplysninger som skal tilgjengeliggjøres, hvem som skal kunne motta opplysninger og hva de skal kunne brukes til". Jeg finner det naturlig at personvern hensyn i enkelte tilfeller må vike dersom andre hensyn må anses mer tungtveiende. Det avgjørende spørsmålet er derfor i mine øyne hvorvidt de positive sidene ved økt tilgjengeliggjøring av personopplysninger i folkeregisteret er så vidt tungtveiende at de må gå foran hensynet til personvernet.

Utfordringen med tilgjengeliggjøring av data er at det muliggjør misbruk. Et tydelig eksempel på slik misbruk er masseutsending av e-post reklame (spamming).

Forbrukerombudet mottar årlig hundrevis av klager på uanmodet e-post og SMS-reklame, sendt fra norske næringsdrivende. De siste årene har vi fått flere klager som gjelder spam sendt via SMS, enn via e-post. Slike markedsføringstiltak reiser spørsmål etter mfl. § 2b, som blant annet forbyr næringsdrivende å rette markedsføringshenvendelser via e-post til fysiske personer, uten at det er innhentet samtykke på forhånd.

For at det skal foreligge et gyldig samtykke, må det være avgitt frivillig ved at personen man ønsker å innhente samtykke fra har foretatt en aktiv handling for å avgi samtykket. Hun eller han må også ha blitt informert om hva det innebærer å avgi et slikt samtykke.

Gjennom mitt tilsyn med markedsføringsloven registrerer jeg at det er stor misnøye med påtrengende markedsføringsformer som forbrukerne ikke ønsker. Henvendelser rettet til privates e-post adresse eller mobilnummer føles ekstra påtrengende siden vi i vår digitale hverdag er svært avhengige av mediene Internett og mobil. Etter mitt syn er FADs Personvernundersøkelse fra 2005 med på å underbygge mitt inntrykk av at forbrukere i stor grad ønsker å beskytte sine personopplysninger mot ulike typer markedsføringshenvendelser.

Forbrukerombudet har den senere tid behandlet flere saker som gjelder salg av samtykkedatabaser. I disse sakene har forbrukerne mottatt uanmodede SMS-reklamer eller e-post fra næringsdrivende de ikke har gitt sitt samtykke til. Når Forbrukerombudet har bedt om dokumentasjon på at forbrukerne har gitt sitt samtykke til slike markedsføringshenvendelser, viser det seg svært ofte at den næringsdrivende har kjøpt databasen fra en annen aktør. Ved innhenting av samtykke har forbrukerne ikke blitt informert om evt. videresalg av kundedatabasen.

Mange forbrukere reagerer med vantro på at deres personopplysninger så enkelt kan overdras til andre parter. Mange av de forbrukerne som henvender seg til Forbrukerombudet ønsker å bli fjernet fra disse databasene, men vet ikke hvilke databaser de er registrert i.

Jeg ser med uro på denne utviklingen og deler således Jon Berge Holdenssyn i hans særmerknad i punkt 6.5.6 og hans bekymring ved at flere personopplysninger gjøres åpne med reservasjonsrett. Etter mitt syn vil næringsdrivendes tilgang til flere personopplysninger kunne bidra til at det rettes flere markedsføringshenvendelser uten forutgående samtykke fra forbrukerne. En ytterste konsekvens av slik misbruk kan være at forbrukerne nekter å oppgi alle personopplysninger til folkeregisteret av redsel for ytterligere misbruk av sine personopplysninger. Jeg mener derfor Holden har et godt poeng når han synliggjør at en løsning med mange åpne opplysninger kan påvirke datakvaliteten negativt, ved at innbyggerne ikke vil bidra med frivillige opplysninger.

Endres dagens ordning, slik at flere personopplysninger gjøres åpne, mener jeg det er helt essensielt at det utarbeides gode kontrollrutiner for hvem som skal få tilgang til disse nye opplysningene, når man ser at disse opplysningene enkelt kan misbrukes ved for eksempel spamming. Dersom ny ordning tilsier at forbrukere kan reservere seg mot at "taushetsrettede" personopplysninger utgis, stiller jeg spørsmålsteget ved hvordan et slikt reservasjonssystem vil fungere.

Et ankerpunkt ved opprettelse av en slik reservasjonsrett er at dagens reservasjonsregister for telefonsalg og adressert reklame etter min mening ikke fungerer tilfredsstillende, da mange forbrukere opplever at deres reservasjon ikke blir respektert.

Jeg viser her til mitt hørings svar av 14. august 2008 til Barne- og likestillingsdepartementets høring vedrørende spørsmålet om det bør etableres et gjeldsregister i Norge, hvor jeg skriver at: "Det må, etter mitt syn, i utgangspunktet kreves en aksept fra forbrukeren før det kan gis ut opplysninger om vedkommende fra

gjeldsregisteret. Det bør ideelt sett kreves at forbrukeren må ha inngitt et skriftlig samtykke til at personopplysninger som ikke har taushetsplikt hentes ut og at dette samtykket legges frem før opplysninger blir utlevert”.

Jeg har ingen øvrige kommentarer til arbeidsgruppens forslag når det gjelder utforming og innhold av den nye ordningen.

Med vennlig hilsen

Bjørn Erik Thøen
forbrukerombud