

Bästa SWEDMA medlem

Vi vill berätta att Kalla Fakta granskar insamling av personuppgifter i samband med onlinetävlingar, så kallad leadsinsamling.

Med anledning av det vill vi, branschorganisationen SWEDMA, tydliggöra hur vi tolkar lagen kring denna behandling och vad som gäller rent juridiskt.

Kommande utbildningar och event:



När det gäller försäljning av personuppgifter så finns det inget generellt förbud mot det. Det framgår till exempel av artikel 14 i GDPR som anger den information som ska lämnas till den registrerade i de fall då personuppgifterna kommer från någon annan än den registrerade. Här inkluderas till exempel information om källan. Artikeln hade inte varit aktuell om det funnits ett generellt förbud mot försäljning av personuppgifter.

I början av 2022 prövade näringslivets självreglering NIX-nämnden frågan om ett giltigt samtycke i samband med s.k. leadsinsamling.

Ett giltigt samtycke ska vara aktivt, informerat och frivilligt.

Att samtycket ska vara *aktivt* betyder att den som ger sitt samtycke ska ha full insikt i vad samtycket innebär och får för konsekvenser. Att via en i förväg ikryssad ruta lämna sitt samtycke är inte ett aktivt val och därmed inte godkänt.

För att samtycket ska vara *informerat* ska konsumenten få vetskap om vilka företag som kan komma att kontakta hen. Konsumenten ska också ha möjlighet att begränsa eller helt avstå sådan kontakt redan vid samtyckestillfället. Det finns inte något krav på att det ska vara "exakt lika många klick" men det bör inte vara fråga om någon större skillnad ("fåtal" är det ord som

NIX-nämnden valt).

Att delta i en tävling är *frivilligt*. Att säga att samtycket är ofrivilligt enkom för att man annars inte kan delta i tävlingen är en alltför långtgående slutsats. Främst för att där alltid ska finnas en möjlighet att avstå delning av sina personuppgifter.

För SWEDMA är det mycket viktigt att det råder en balans mellan näringslivets möjligheter och rätt att kontakta kunder eller potentiella kunder och individens rätt att på ett enkelt sätt kunna tacka nej till budskap i vissa kanaler eller från vissa företag.

Vi är i grunden positiva till en granskning av vår bransch, ingen av oss tjänar långsiktigt på att där finns oegentligheter. Vi vill alla verka för en hållbar affär som gynnar både näringslivet och konsumenten precis här och nu samt i framtiden.

Bra länkar till mer information:

[Svensk branschkod för integritetsskydd vid marknadsföring](#)

[Dataskyddsförordningen – en guide i korta drag](#)

7 februari 08:30-12:30

Utbildning: CRM & Loyalty Basic

[Läs mer & boka din plats](#)

14 februari 09:00-11:00

Utbildning: Data Privacy Basic

[Läs mer & boka din plats](#)

22-23 februari

Event: Loyalty outlook - hur står det till med kundernas lojalitet 2023? på Sales- och Marketingscenen på Kistamässan

[Läs mer om event och biljetter](#)

Annette Tannerfeldt
Vd SWEDMA





[Kontakta oss](#) | [Hemsida](#) | direkt@swedma.se

SWEDMA, [Klara Östra Kyrkogata 2B, 111 52 Stockholm, 08-534 802 60](#)

Detta mejl är skickat av SWEDMA till annette.tannerfeldt@swedma.se

Följ oss i sociala medier



[Prenumerera](#) | [Avanmälan](#)