

# Innhenting av kundeinformasjon -PERSONOPPLYSNINGSLOVENS GRENSER



I denne artikkelen gjennomgår forfatteren de grenser som lovgivningen setter for å innhente informasjon om enkeltkunder. I senere artikler kommer han inn på hvordan de opplysninger som er innhentet kan lagres, brukes og videreutnyttes. Kort sagt, juridiske muligheter og begrensninger.

TEKST: CHRISTIAN BENDIKSEN, BRÆKUS DEGE ADVOKATFIRMA

Analyser av kundepreferanser og -data er en voksende business innenfor bransjen. Denne virksomheten reiser et utall juridiske spørsmål som ikke gjelder for tradisjonelle spørreundersøkelser. Advokat Christian Bendiksen vil i denne artikkelen gå juridiske muligheter og farer.

Blant de mest interessante juridiske spørsmålene for byråets analyse, er forholdet til de kunder som brukes for å definere datagrunnlaget. I en særstilling står bruken av opplysninger om – og innhentet fra – enkeltkunder.

## Generell statistisk analyse

Har man fremskaffet anonymiserte data fra offentlige registre foreligger det ingen "opplysninger og vurderinger som kan knyttes til en enkeltperson" ("personopplysninger") og da vil loven ikke komme til anvendelse. Slik informasjon kan brukes fritt – innen rammene av opphavsretten til den som har systematisert informasjonen.

Har man fått tilgang til data fra en bedriftskundes CRM-systemer, vil dette heller ikke skape problemer så lenge dataene ikke "kan knyttes til en enkeltperson." Aggregerte data om salg av visse produkter i visse perioder innen visse regioner vil ikke inneholde noen personopplysninger og kan fritt brukes til oppdrag for denne kunden.

Dersom analysebyrået ikke får oversendt en bestemt statistikk, men får tilgang til CRM-systemet, vil man i utgangspunktet ha tilgang til personopplysninger. Men, så lenge byråets oppdrag er å levere en generell statistisk markedsanalyse vil dette ikke være et problem for analysebyrået. Så lenge det foreligger en skriftlig avtale mellom byrået og kunden, vil byrået være en såkalt "databehandler" av informasjon mottatt fra kunden og vil ikke være ansvarlig for at kundens informasjon er lovlig innhentet.

Men, denne avtalen må for det første klart definere hvilke personopplysninger byrået skal behandle for kunden.

*For det annet må byrået oppfylle krav i lov og forskrift til datasikkerhet når de oppbevarer og analyserer de mottatte personopplysningene.*

I motsatt fall risikerer man å ha brutt personopplysningslovens sikkerhetsbestemmelser – og det er straffbart. Analysebyrået innhenter selv informasjon om kundepreferanser. Foretar analysebyrået selv undersøkelser for å innhente markedsinformasjon direkte fra kunder og konsumenter, blir bildet mer komplekst. Dersom byrået velger, eksempelvis, å innhente ytterligere informasjon om kundepreferanser i et gitt geografisk område gjennom telefonintervjuer eller invitasjon til å delta i fokusgrupper, vil man raskt havne innenfor personopplysningslovens virkeområde.

Datatilsynet har understreket at behandling av såkalte "grunndata" – typisk oppføring i en telefonkatalog eller et medlemsregister – ikke vil kreve forhåndssamtykke fra den aktuelle personen. Men, hvis et analysebyrå begynner å sette sammen informasjon fra flere medlemsregistre for å snevre inn utvalget, blir situasjonen fort anderledes. I utgangspunktet kan man foreta nøytrale innsnevring – typisk å sammenholde en liste over personer som tidligere er blitt kontaktet av byrået med et utvalg av personer som skal kontaktes, for å unngå at enkeltpersoner blir utsatt for for stor spørrebelastning.

*Men dersom man sammenholder informasjon fra flere nøytrale registre for å oppfange preferanser hos enkeltpersoner, vil man fort være utenfor handlingsrommet i personopplysningsloven.*

Datatilsynet nevner et svensk eksempel hvor en helsekostbutikk som solgte slankepulver koblet sitt kunderegister med naboens kundeliste – som solgte klær i store størrelser. Og de av naboens kunder som ikke allerede kjøpte slankepulver fikk tilbud om å gjøre det. Her har helsekostbutikken skapt en personprofil med klare identifiserbare kjennetegn om enkeltpersoner, og da kreves det forhåndssamtykke fra den/de aktuelle personene.

Visse former for opplysninger kan man aldri bruke som basis for utvelgelse uten forhåndssamtykke. Dette gjelder informasjon fra registre som gir opplysninger om etnisk bakgrunn, politisk oppfatning, helse- eller seksuelle forhold, eller om personen har vært mistenkt eller dømt for en straffbar handling, såkalte "sensitive

personopplysninger." Ikke alle registre vil medføre behandling av sensitive personopplysninger, eksempelvis vil et søk på medlemmer i Multipel Skleroseforbundet nok indikere at personen lider av den sykdommen – hvilket vil være en sensitiv personopplysning – mens et medlemskap i Kreftforeningen neppe er tilstrekkelig til å gi en indikasjon på at personen har vært rammet av kreft.

## Særlig om samtykke til registrering av personopplysninger

Lovens utgangspunkt er at enhver behandling av personopplysninger krever samtykke fra den aktuelle personen. Dette betyr også at enkeltpersoner kan samtykke til registrering av alle former for personopplysninger og til alle formål, så lenge de er klart informert om hva de samtykker i.

Loven krever at samtykket skal være frivillig, uttrykkelig og informert. Dette betyr at den aktuelle personen må forstå hva samtykket gjelder og hvilke konsekvenser det kan få.

Det er ikke krav til at samtykket skal være skriftlig, et muntlig samtykke eller et samtykke via avkrysning på en webside er godt nok. Det er imidlertid den som innhenter informasjonen som må dokumentere at den aktuelle personen har samtykket og dette vil være enklest dersom personen samtykker skriftlig eller om han eller hun sendes en bekreftelse i etterkant av et muntlig samtykke.

Det må gå klart og utvetydig frem av samtykket at den registrerte samtykker, hvilke former for behandling av informasjonen samtykket omfatter og hvem samtykket rettes til, herunder om de innhentede opplysningene vil bli utlevert til andre. Dersom opplysningene anonymiseres i den endelige analysen, vil det ikke bli utlevert personopplysninger til andre og samtykket behøver dermed ikke å omfatte dette. Gir den endelige analysen derimot en oversikt over preferansene til enkeltmedlemmer i et panel, vil analysebyrået ha behov for et samtykke som også omfatter overlevering til tredjemann – kunden. ■



# Alltid på jakt etter de beste!



Kontakt: Gudbrand Jevne  
TNS Gallup AS  
Postboks 9016 Grønland, 0133 Oslo  
Telefon: +47 23 29 16 00  
e-post: gudbrand.jevne@tns-gallup.no, www.tns-gallup.no