PÓST- OG FJARSKIPTASTOFNUN

Ákvörðun nr. 6/2015

Kvörtun vegna óumbeðinna fjarskipta Fjarskipta hf.

I.
Erindið

Póst- og fjarskiptastofnun barst kvörtun, dags. 12. desember 2013, frá [...][1] þar sem kvartað var yfir óumbeðnum fjarskiptum Fjarskipta hf. í formi tölvupóstsendingar fyrir beina markaðssetningu á tölvupóstfangið [...][2]. Meðfylgjandi kvörtuninni var umræddur tölvupóstur sem bar efnislínuna *„4G opnun og morgunveður“*.

II.
Málavextir

2.1 Kvörtun dags., 12. desember 2013

Líkt og að framan greinir barst Póst- og fjarskiptastofnun kvörtun, dags. 12. desember 2013, þar sem kvartað var yfir óumbeðinni tölvupóstsendingu Fjarskipta hf. fyrir beina markaðssetningu. Var í fyrsta lagi kvartað yfir því að Fjarskipti hf. hafi brotið gegn 1. mgr. 46. gr. laga, nr. 81/2003, um fjarskipti með því að hafa sent tölvupóst fyrir beina markaðssetningu á tölvupóstfang kvartanda án þess að hafa fyrir því samþykki hans.

Í örðu lagi er kvartað yfir því að Fjarskipti hf. hafi brotið gegn 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga með því hafa sent umræddan tölvupóst. Byggir kvartandi á því að i) hann sé ekki *„ ... núverandi viðskiptavinur gagnaðila í skilningi málsgreinarinnar.“*, ii) honum hafi ekki verið veittur kostur að andmæla umræddri notkun tölvupóstfangsins við skráningu þess og, iii) honum hafi ekki verið veittur möguleiki í sendingunni að afskrá sig af útsendingarlista félagsins.

---

[1] Fellt út m.t.t. trúnaðar.
[2] Fellt út m.t.t. trúnaðar.

Í þriðja lagi er kvartað yfir því að Fjarskipti hf. uppfylli ekki skilyrði 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga þar sem ekki komi fram rétt nafn sendanda. Tölvupóstsendingin var undirrituð af *„Vodafone á Íslandi“* en enginn aðili kallast það í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra.

Tölvupóstsendingin innihélt eftirfarandi skilaboð:

Opnunarhátíð í Skútuvogi föstudaginn 13.12. frá 7-9:

iPhone á enn betra verði og nú með 4G

Föstudagurinn 13. desember er iPhone-dagur hjá Vodafone!
Við fögnum samstarfi Apple og Vodafone með opnunarhátíð í Skútuvogi **í fyrramálið frá kl. 07 til 09**. Á opnunarhátíðinni verður morgunverður í boði og eru allir áhugasamir velkomnir! Nánar um opnunarhátíðina á blogginu okkar.
Frá og með morgundeginum færð þú iPhone á miklu betra verði en áður - flaggskipið iPhone 5s er á einungis 109.990 kr. og iPhone 5c er á 89.990 kr.

4G er komið í iPhone!

Vodafone hefur nú opnað á 4G þjónustu fyrir iPhone. Þannig geta allir sem eru með iPhone síma sem styðja 4G og hafa uppfært hann sl. viku tengst 4G kerfi Vodafone.
4G þjónustusvæði Vodafone nær yfir stóran hluta Suðurlands og Vesturlands auk Eyjafjarðarsvæðisins og mun stækka hratt á næstunni. Sjá kort af GSM,
4G opnun og morgunverður
2 of 3 12/12/13 21:11

Kíktu líka á:

3G og 4G þjónustusvæði okkar.
Vodafone á Íslandi
Skútuvogi 2, IS-104 Reykjavík
Þjónustuver: 1414
4G opnun og morgunverður

2.2 Bréf Fjarskipta hf., dags. 15. janúar 2014

Póst- og fjarskiptastofnun bauð Fjarskiptum hf., með bréfi dags. 18. desember 2013, að tjá sig um innkomna kvörtun.

Stofnuninni barst bréf frá Fjarskiptum hf., dags. 15. janúar 2014, þar sem kvörtuninni er hafnað. Tilgreina Fjarskipti hf. að kvartandi sé með tölvupóstþjónustu hjá félaginu sem um gilda internetskilmálar þess sem og almennir fjarskiptaskilmálar. Bendir félagið á að í 9. og 10. gr. I. kafla almennra fjarskiptaskilmála komi skýrt fram að félagið hafi heimild til að senda markpóst til viðskiptavina sinna. Þannig veiti viðskiptavinir félagsins því heimild til að vinna gögn um þá sem og að senda þeim tilboð sem gætu verið þeim til hagsbóta. Þá sé viðskiptavinum einnig gefinn sá kostur að afþakka sendingar sem þessar en ekki sé vitað til þess að kvartandi hafi óskað eftir því. Í bréfinu segir einnig að „[u]*mræddur fjöldapóstur sem sendur var á viðskiptavini félagsins var þess eðlis að í honum fólst tilboð á iPhone 5s og 5c símtækjum sem voru á mun betra verði en áður höfðu verið hjá félaginu.“* Andmælir félagið því að markpóstsendingin hafi verið í andstöðu við ákvæði fjarskiptalaga.

Hvað varðar þann lið kvörtunarinnar er lýtur að 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga telur félagið að mjög skýrt sé í tölvupóstsendingunni um hvaða félag er að ræða. Félagið er þekkt í almennu

tali sem Vodafone þrátt fyrir að skráð nafn félagsins sé Fjarskipti hf. Þá sé *„ ...* [h]*eimilisfang, póstnúmer, staðsetning og símanúmer* [~~er~~] *gefið upp í markpóstinum."*

Áréttar félagið að það telji sig hafa staðið að sendingu markpósts til viðskiptavina sinna í samræmi við lög og reglur og þá sérstaklega 46. gr. þeirra. Þá kemur fram í bréfi Fjarskipta hf. að félagið hafi tekið tölvupóstfang kvartanda út af útsendingarlista sínum.

2.3 Svarbréf kvartanda, dags. 27. janúar 2014
Póst- og fjarskiptastofnun bauð kvartanda að tjá sig um og gera athugasemdir við svarbréf Fjarskipta hf., sbr. bréf stofnunarinnar, dags. 23. janúar 2014. Stofnuninni barst svar kvartanda í tölvupósti þann 27. janúar 2014 þar sem skýringum Fjarskipta hf. er hafnað.

Í tölvupósti kvartanda segir m.a. eftirfarandi:

> „Ég get ekki fallist á skýringarnar þar sem við stofnun netfangsins var mér ekki kynnt að þeir skilmálar sem um ræðir ættu við né kynntir og heldur ekki um mögulega notkun í beinni markaðssetningu. Einnig hef ég ekki verið látinn samþykkja skilmálana í tengslum við þetta netfang eftir að það var stofnað. Tel ég því að þeir séu því ekki í gildi hvað þetta netfang varðar. Vodafone getur því ekki skýlt sér bak við almenna skilmála sem heimila þá notkun á netfanginu sem um ræðir. Eins og rakið var í upprunaleg[u] kvörtuninni voru tildrög þess að ég fékk netfangið nokkuð óvenjuleg þar sem andlag einkvæmrar viðskiptafærslu var meðal annars netfangið.
>
> Þessi viðskipti fóru fram á árinu 2003 og varla hægt að telja mig vera viðskiptavin á grundvelli slíks viðskiptaandlags, í það minnsta á grundvelli 46. gr. fjarskiptalaga, enda þarf ég ekki að inna neitt í tengslum við þetta netfang. Í dag er ég ekki að stunda nein viðskipti við gagnaðila og því er þetta netfang það eina sem tengir mig við fyrirtækið á áframhaldandi grundvelli."

Í tölvupóstinum bendir kvartandi einnig á að 4. mgr. 46. gr. segir að nafn sendanda verði að koma skýrt fram. Telur kvartandi að málsgreinina skuli ekki túlka með þeim hætti að hægt sé að nota nöfn *„ ... sem eru að einhverra mati notuð í daglegu tali."* Að mati kvartanda myndi slíkt leiða af sér afar matskenndar túlkanir á því hvað telst vera daglegt tal og hvað ekki og því sé betra að miða við opinbera skráningu en ekki vörumerki. Þá óskar kvartandi eftir að stofnunin haldi áfram með málið.

2.4 Bréf Fjarskipta hf., dags. 20. febrúar 2014
Póst- og fjarskiptastofnun bauð Fjarskiptum hf. að tjá sig um tölvupóst kvartanda, sbr. bréf stofnunarinnar dags. 5. febrúar 2014.

Í svarbréfi sínu andmæla Fjarskipti hf. að um markaðssetningu í skilningi 46. gr. fjarskiptalaga sé að ræða. Vísar félagið til ákvörðunar Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 22/2009 þar sem stofnunin hafi komist að þeirri niðurstöðu að í beinni markaðssetningu fælist að söluaðili myndi *„ ... snúa sér beint að tilteknum aðila, einum eða fleirum, ýmist á grundvelli nafns viðkomandi, tölvupóstfangs, símanúmers eða annarra þess háttar upplýsinga og að samkvæmt venjulegum málskilningi sé átt við sölu eða kynningu á vöru eða þjónustu óháð því hver tilgangur markaðssetningarinnar er."* Áfram er vísað til ákvörðunar stofnunarinnar þar

sem hún taldi að meta þyrfti hvort að einhvers væri ætlast af móttakanda skilaboðanna, þ.e. hvort að markmiðið væri að fá hann til að skuldbinda sig með einhverjum hætti. Þá undirstrikar félagið þá afstöðu stofnunarinnar að *„ ...* [h]*afi efni þeirra hvorki að geyma boð um kynningu eða sölu á vörum eða þjónustu, né að ráða megi af efni þeirra að ætlast sé til þess að viðtakandi bregðist við þeim með tilteknum hætti, telst slíkt ekki vera bein markaðssetning í skilningi 1. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.“*

Að mati félagsins fellur umrædd tölvupóstsending ekki undir ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga þar sem ekki var um að ræða beina markaðssetningu í skilningi ákvæðisins. Í svarbréfinu segir:

> „Tölvupóstur Vodafone þar sem Opnunarhátíð Vodafone var kynnt fól í sér boð í morgunmat en ekki kynningu eða sölu á ákveðinni vöru. Vodafone var einungis að bjóða viðskiptavinum sínum að fagna samstarfi félagsins við Apple og þeirri staðreynd að félagið gæti veitt viðskiptavinum sínum Apple snjallsíma á betra verði en áður. Ekki er um að ræða sókn af hálfu Vodafone á viðskiptavini félagsins með það að markmiði að viðkomandi aðhafist á annan hátt en að fagna með félaginu. Engin krafa er gerð með því boði að viðskiptavinir félagsins þurfi að kaupa iPhone símtæki til að þiggja morgunmat eða taka þátt í hátíðahöldum félagsins“

Félagið ber málavexti í máli þessu saman við ákvörðun Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 19/2013 um óumbeðin fjarskipti Símans hf. og telur að ólíku saman að jafna. Í því máli hafi yfirskrift tölvupóstsendingarinnar verið *„Langar þig í Samsung Galaxy SIII?“* og markmið tölvupóstsins hafi verið að fá móttakanda til að skrá sig í netklúbb félagsins sem fæli í sér boð um kynningu eða sölu á vöru og þjónustu. Í tölvupósti Fjarskipta hf. hafi falist boð um að samgleðjast með félaginu en slíkt sé ekki í andstöðu við 46. gr. fjarskiptalaga.

Í svarbréfinu er einnig vikið að samþykki kvartanda. Er það mat félagsins, telji Póst- og fjarskiptastofnun að tölvupóstsendingin falli undir 46. gr. fjarskiptalaga, að félagið hafi haft samþykki kvartanda fyrir umræddri tölvupóstsendingu. Vísað er til fyrra svarbréfs félagsins og sett fram sú afstaða þess að samþykki hafi verið veitt af kvartanda þar sem almennir fjarskiptaskilmálar gilda um alla fjarskiptaþjónustu félagsins, sbr. 1. gr. I. kafla þeirra. Hafa fjarskiptaskilmálarnir, hvað þetta ákvæði varðar, verið óbreyttir frá því að félagið hóf að veita fjarskiptaþjónustu. Þá kemur fram að þótt bætt hafi verið við skilmálanna hafi alltaf verið vísað til þess að almennir fjarskiptaskilmálar gildi þegar öðrum ákvæðum sleppir. Að mati félagsins á kvartanda alltaf að hafa verið ljóst að heimild væri til beinnar markaðssetningar sem og að hægt væri að andmæla slíkum sendingum enda kvartandi áður í viðskiptum hjá félaginu og vissi því, eða hefði mátt vita, af þessari heimild. Þá er áréttað að öllum viðskiptavinum félagsins hafa verið kynntir og muni vera kynntir almennir skilmálar félagsins um fjarskiptaþjónustu, óháð tegund viðskipta, og er fullyrt að engin frávik séu á því.

Fjarskipti hf. fjalla einnig um viðskiptasamband félagsins og kvartanda og telur, að þótt kvartandi telji sig ekki vera viðskiptavin félagsins, þar sem hann hafi ekki greitt fyrir notkun á tölvupóstfanginu [...][3]s frá stofnun þess árið 2003, að þá eigi félagið rétt á greiðslum fyrir þá þjónustu sem það hafi veitt kvartanda. Er það álit félagsins að tómlæti þess að innheimta fyrir

[3] Fellt út m.t.t. trúnaðar.

veitta þjónustu feli ekki í sér niðurfellingu á viðskiptasambandi heldur hafi félagið einungis orðið af tekjum vegna fyrningar eldri krafna en eigi einnig rétt á greiðslu fyrir veitingu umræddrar þjónustu sl. fjögur ár. Tilgreinir félagið jafnframt að telji kvartandi að ekki sé í gildi þjónustusamningur milli hans og félagsins muni það loka fyrir umrædda þjónustu enda sé ekki um frípósthólf að ræða heldur beri þau mánaðargjald.

Hvað varðar athugasemdir kvartanda um afskráningu af póstlista félagsins bendir félagið á að í 2. mgr. 46. gr. sé tekið fram að því sé heimilt að nota tölvupóst með þeim hætti líkt og um ræðir í máli þessu. Hafi kvartandi ekki, svo félagið viti til, óskað eftir því að fá ekki sendan markpóst á umrætt tölvupóstfang. Tilgreina Fjarskipti hf. að kvartandi hafi haft alla möguleika til að stöðva markpóstsendingar sem þessar og að félagið virði beiðnir viðskiptavina sinna í þessum efnum. Vísar félagið á ný til almennra skilmála félagsins og segir að öllum viðskiptavinum þess er boðið að skrá sig af póstlistum félagsins sé vilji fyrir slíku.

2.5 Bréf kvartanda, dags. 6. apríl sl.
Póst- og fjarskiptastofnun bauð kvartanda, með bréfi dags. 24. mars sl., að tjá sig um og koma að athugasemdum sínum við framangreint svarbréf Fjarskipta hf. frá 20. febrúar 2014. Í bréfi stofnunarinnar var áréttað að greiðsla fyrir fjarskiptaþjónustu eða mögulega vanskil áskrifenda við fjarskiptafyrirtæki heyri ekki undir valdsvið stofnunarinnar heldur byggir það á einkaréttarlegum grunni. Var því einungis óskað athugasemda er varðaði þau atriði er lúta að ákvæðum fjarskiptalaga nr. 81/2003.

Stofnuninni barst bréf frá kvartanda, dags. 6. apríl sl., þar sem hann hafnar þeim málatilbúnaði Fjarskipta hf. að tölvupóstsendingin feli ekki í sér beina markaðssetningu. Í tölvupóstinum sé augljóslega verið að auglýsa tvær vörur þar sem eru sérstaklega tilgreindar ásamt verðum þeirra. Að mati kvartanda er erfitt að sjá að rökstuðningur félagsins haldi enda séu auglýsingar sem settar erum fram með þeim hætti, að minnst sé á vörur og hvað þær kosti, túlkaðar sem markaðssetning. Þá sé markaðssetningin bein þar sem hún er send sérstaklega á tölvupóstfang hans en ekki skipti máli hvort auglýst sé sérstaklega hvort tilteknar vörur séu til sölu á opnunarhátíðinni sjálfri eða ekki.

Kvartandi vísar til ákvörðunar stofnunarinnar, nr. 19/2013, þar sem kvartandi telur augljóst að um kynningu á vöru eða þjónustu og hið sama eigi við um tölvupóst Fjarskipta hf. frá 12. desember 2013. Að mati kvartanda skiptir ekki máli þótt að orðalagið *„að fagna með félaginu“* sé notað því augljóst sé að opnunarhátíðin feli í sér kynningu á vöru eða þjónustu. Slíkt sé óhjákvæmilega tilgangur hátíðarinnar og er, að mati kvartanda, afar ólíklegt að fjöldapóstur sé sendur út til stórs hóps ef tilgangur hans er ekki að stunda kynningu á vöru eða þjónustu.

Þá kemur fram í bréfi kvartanda að hann taki undir þá afstöðu Póst- og fjarskiptastofnunar að það sé ekki hlutverk hennar að kveða á um möguleg vanskil neytanda. Aftur á móti telur kvartandi það hlutverk stofnunarinnar að úrskurða um viðskiptasambandið að því leyti sem það er nauðsynlegt vegna ákvörðunartöku í málum sem stofnuninni ber lagaskylda að taka ákvörðun um.

Kvartandi fjallar einnig um ætlað samþykki í skilmálum Fjarskipta hf. og telur málatilbúnað félagsins vera ómaklegan þar sem sett sé fram fjárhagsleg hótun um að leggja fram kröfu aftur í tímann nema að kvartandi dragi til baka staðhæfingu sína um að hann hafi ekki samþykkt skilmála félagsins. Kvartandi tekur skýrt fram að hann telur að munnlegt samkomulag við Fjarskipti hf. gildi þó svo að félagið virðist ekki kannast við slíkt yfir tíu árum eftir að tölvupóstfangið var skráð hjá því.

Kvartandi andmælir því einnig að hann sé bundinn almennum skilmálum Fjarskipta hf. þar sem hann hafi nýtt sér umrædda þjónustu, þ.e. netfang. Engir skilmálar hafi verið undirritaðar vegna stofnunar og áframhaldandi notkunar netfangsins og af þeim sökum telur kvartandi sig ekki skuldbundinn af þeim. Í svarbréfi kvartanda segir einnig:

> „Í þeim munnlega samningi, sem gagnaðili vill ekki lengur kannast við, var heldur ekki sóst eftir samþykki kvartanda á þeim skilmálum né að nota mætti netfang í beinni markaðssetningu. Eins og málið er sett upp virðist gagnaðili vilja meina að hér sé um óyrt samþykki skilmála og jafnvel án þess að það sé kynntur sem bindandi hluti samningsins.“

Að mati kvartanda getur röksemdafærsla Fjarskipta hf. ekki verið í samræmi við samningarétt og af þeirri ástæðu telur kvartandi að Póst- og fjarskiptastofnun geti ekki tekið til greina röksemdarfærslu félagsins um að hann hafi gefið því samþykki sitt fyrir beina markaðssetningu í gegnum skilmála þess.

Í bréfi kvartanda segir einnig að ef Póst- og fjarskiptastofnun fallist á að skilmálar Fjarskipta hf. gildi þá séu lög æðri skilmálum og vísar til 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Segir kvartandi að í ákvæðinu sé gert ráð fyrir *„ ... að viðskiptavinum sé gefinn kostur á að andmæla þegar skráning á sér stað. Í máli þessu liggur ekki fyrir að kvartanda hafi verið gefinn kostur á að andmæla þegar skráning á sér stað. Í máli þessu liggur ekki fyrir að kvartandi hafi verið gefið sérstakt færi á að andmæla skráningunni, sérstaklega þar sem ekkert skriflegt né munnlegt samþykki hans á skilmálunum í þessu tilviki liggur fyrir í þessu máli.“*

Í svarbréfi kvartanda er vísað til úrskurðar úrskurðarnefndar fjarskipta og póstmála í máli nr. 2/2013 þar sem segir að samþykki í skilningi tilskipunar Evrópuþingsins- og ráðsins nr. 2002/58/EB verði að fela í sér ákveðna athöfn af hálfu viðkomandi. Að mati kvartanda hefur Fjarskipti hf. ekki sýnt fram á slíka athöfn af hálfu hans.

Eins vísar kvartandi til kafla 3.3.2 í ákvörðun Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 21/2013 þar sem farið er yfir hvað geti talist fyrirfram samþykki. Í bréfinu segir að þar sé farið í skilyrði sem þarf að uppfylla svo að samþykki af almennum skilmálum geti talist gilt, en uppfylla þurfi skilyrði h-liðs 2. gr. persónuverndartilskipunar nr. 95/46/EB. Þá segir áfram í bréfinu að tilgreindur kafli ákvörðunarinnar fjalli um 1. mgr. ákvæðisins en hann þurfi að hafa til hliðsjónar við kafla 3.4 í ákvörðuninni sem fjallar um umrædda 2. mgr. Þar er áréttað um undanþágu sé að ræða sem skuli túlka þröngt og að kveðið sé á um að *„ ... einungis sé heimilt að senda viðskiptavini þar sem upplýsingar um tölvupóstfang hafi fengist við sölu á vöru eða þjónustu og í samræmi við ákvæði tilskipunar 95/46/EB, svo sem skilyrði um upphaflegt samþykki, tilgang tölvupóstsendinganna o.þ.h.“* Þá sé vísað til þess í kafla 3.3.2 í sömu

ákvörðun að samþykki í gegnum skilmála þurfi m.a. að geta til um vinnslu upplýsinganna og persónuvernd en tilgreinir kvartandi að slíkt skorti í skilmála Fjarskipta hf. Af framangreindu er ljóst að skilmálar félagsins uppfylli ekki þetta skilyrði og af þeim sökum hafi umrædd tölvupóstsending verið óleyfileg.

2.6 Bréf Póst- og fjarskiptastofnunar, dags. 16. september sl.
Póst- og fjarskiptastofnun sendi bréf til Fjarskipta hf., dags. 16. september sl. og bauð félaginu að koma að athugasemdum sínum við sjónarmið kvartanda, sbr. bréf hans, dags. 6. apríl s.á.

Í bréfi stofnunarinnar var sérstaklega vísað til þess hluta svarbréfs kvartanda er lýtur að fullyrðingu hans um að hann kannist ekki við að félagið hafi sóst eftir samþykki kvartanda á því að nota mætti tölvupóstfang hans fyrir beina markaðssetningu. Þá benti stofnunin Fjarskiptum hf. á að sönnunarbyrði fyrir því að samþykkis hafi verið aflað hvíli á þeim aðila sem stendur að markaðssetningunni og sendir umræddan tölvupóst. Vísaði stofnunin til ákvörðunar nr. 19/2013 því til stuðnings. Í bréfi stofnunarinnar segir:

> „Með vísan til framangreinds hvílir það á Fjarskiptum hf. í máli þessu að sýna fram á með sannanlegum hætti að kvartanda hafi, við skráningu tölvupóstfangsins, verið upplýstur um að það yrði nýtt fyrir beina markaðssetningu og honum þannig gefinn kostur á að andmæla slíkri notkun, sbr. 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga nr. 81/2003. Óskar stofnunin því eftir upplýsingum um hvenær og með hvaða hætti viðskiptasambandi hafi verið komið á milli félagsins og kvartanda og með hvaða sannanlega hætti kvartanda hafi verið kynntir tilgreindir skilmálar félagsins og honum þar með gefinn kostur á að andmæla notkun tölvupóstfangsins fyrir beina markaðssetningu við skráningu tölvupóstfangsins.“

Fjarskipum hf. var gefinn frestur til 1. október sl. til að svara bréfi stofnunarinnar og koma að athugasemdum sínum við svarbréf kvartanda. Engin svör bárust og ítrekaði Póst- og fjarskiptastofnun fyrra bréf sitt, sbr. bréf dags. 10. október sl.

2.7 Bréf Fjarskipta hf., dags. 24. október 2014
<u>Almennt</u>
Póst- og fjarskiptastofnun barst bréf Fjarskipta hf., dags. 24. október sl. Í bréfinu segir að umkvörtunin eigi rætur sínar að rekja til þess að kvartanda hafi verið send tilkynning á tölvupóstfang hans. Meðfylgjandi bréfi félagsins var umrædd tilkynning og segir í bréfinu að efni hennar hafi verið opnunarhátíð í Skútuvogi vegna samstarfs félagsins og Apple og var viðskiptavinum Fjarskipta hf. tilkynnt að farsímatækið væri nú, í kjölfar samnings, ódýrara en áður hefur verið.

Félagið hafnar að hafa sent tölvupóst í markaðslegum tilgangi á tölvupóstfang kvartanda og hafi kvartandi ekki lagt fram gögn sem sýna slíkt. Vísar félagið til þess að það hafi ítrekað hafnað því að umþrætt tölvupóstsending teljist vera markaðssetning. Um hafi verið að ræða boð í morgunverð til viðskiptavina félagsins. Slíkt hafi verið gert til að fagna með viðskiptavinum áfanga í sögu félagsins og íslensk fjarskiptamarkaðar.

Hvað varðar fullyrðingar kvartanda um að Fjarskipti hf. hafi ekki geta sýnt fram á samþykki hans samkvæmt 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga þá bendir félagið á að kvartandi hafi ekki sýnt fram á að hann hafi ekki samþykkt skilmála félagsins. Í bréfinu kemur einnig fram að Fjarskipti hf. hafi ekki undur höndum fjarskiptasamning kvartanda við félagið en meðfylgjandi bréfinu voru þó reikningar sem gefnir hafa verið út á kvartanda og sýna með óyggjandi hætti að viðskiptasamband var á milli aðila þar sem að Fjarskipti hf. veittu fjarskiptaþjónustu sem kvartandi greiddi fyrir. Félagið haldi því fram að á milli aðila sé samningur þótt ekki liggi fyrir sérstök undirritun þar um.

Að mati Fjarskipta hf. þarf Póst- og fjarskiptastofnun að endurmeta afstöðu sína telji stofnunin að félaginu beri að sýna fram á með sannanlegum hætti að kvartandi hafi, við skráningu tölvupóstfangsins, verið upplýstur um það að það yrði nýtt fyrir beina markaðssetningu og honum þannig gefinn kostur á að andmæla slíkri notkun, sbr. 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.

Bein markaðssetning

Í bréfi Fjarskipta hf. kemur fram að félagið telji að ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga eigi einungis við um tölvupóstsendingar í markaðslegum tilgangi. Segir einnig að í boði félagsins til viðskiptavinar þess hafi ekki verið *„ ... að finna boð um kynningu eða sölu á vörum eða þjónustu né að ráða megi af efni hennar að ætlast sé til þess að viðtakandi bregðist við þeim með tilteknum hætti.“* Af þessum sökum fellur umrædd tölvupóstsending ekki undir hugtakið bein markaðssetning og vísar félagið til ákvörðunar Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 22/2009 hvað þetta varðar.

Þá vísar félagið til ákvörðunar Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 19/2013 þar sem segir að hugtakið sé túlkað rúmt og að „[a]*ð mati Póst- og fjarskiptastofnunar er ljóst að um var að ræða sókn að einstaklingi þar sem markmiðið var að fá viðkomandi til að aðhafast, þ.e. að samþykkja að fara í netklúbb félagsins sem í sjálfu felur í sér boð um kynningu eða sölu á vörum og þjónustu. Sjálfvirk yfirskrift tölvupóstsins, þ.e. „langar þig í Samsung galaxy SIII?“ styður þá niðurstöðu að um sé að ræða boð eða kynningu á vöru eða þjónustu“.“*

Í svari Fjarskipta hf. er bent á að yfirskrift tilkynningar félagsins hafi verið *„iPhone opnunarhátíð“* og að hún hafi verið send á alla viðskiptavini félagsins að undaskildum þeim sem höfðu óskað eftir að fá ekki tilkynningar frá félaginu, sbr. 10. gr. skilmála félagsins. Kemur fram að þrátt fyrir að félagið telji að því hafi verið heimilt að senda tilkynninguna á alla viðskiptavini þess, þar sem ekki er um markaðssetningu að ræða, hafi það ákveðið að virða umræddar beiðnir þeirra viðskiptavina sem höfðu frábeðið sig slíkum tilkynningum.

Segir félagið að tölvupóstsending þess teljist ekki til óumbeðinna fjarskipta í skilningi 46. gr. fjarskiptalaga þar sem engin samsvörun er í tilkynningu þess við tilkynningu Símans hf., sbr. framangreind ákvörðun nr. 19/2013. Að mati félagsins er mikilvægt að Póst- og fjarskiptastofnun taki afstöðu til þessa atriðis áður en að krafist er gagna um viðskiptavin er sýna fram á samþykki hans með sannanlegum hætti.

Samþykki viðskiptavinar

Fjarskipti hf. tilgreinir að félagið hafi farið ítarlega yfir afstöðu þess varðandi samþykki kvartanda fyrir sendingu erinda í markaðslegum tilgangi, verði það niðurstaða stofnunarinnar að tölvupóstsendingin falli undir 46. gr. fjarskiptalaga.

Í bréfi félagsins segir að viðskiptasamband hafi verið milli þess og kvartanda og eru meðfylgjandi bréfinu tveir reikningar vegna veitingu internetsþjónustu. Vísar félagið til ákvæðis 5. mgr. 37. gr. fjarskiptalaga sem fjallar um viðskiptaskilmála en í bréfinu segir að í ákvæðinu komi *„ ... skýrt fram að fjarskiptafyrirtæki skulu birta viðskiptaskilmála og gjaldskrá fyrir alla þjónustu sína á aðgengilegan hátt. Skilmálar Vodafone eru öllum viðskiptavinum félagsins aðgengilegir á vefsíðu félagsins og því í fullu samræmi við ákvæði fjarskiptalaga.“*

Áfram segir í bréfi Fjarskipta hf.:

> „Vodafone getur þar af leiðandi ekki fallist á að kvartandi hafi ekki haft upplýsingar um hvað skilmálarnir fælu í sér eða hvers hann mæt[t]i vænta þegar hann fékk úthlutuðu netfanginu [...][4]. Mikilvægt er að PFS fylgi ákvæðum stjórnsýslulaga um meðalhóf og jafnræði. Ljóst er að í samningssambandi er báðum aðilum gert skylt að kynna sér þau réttindi og þær skyldur sem á þeim hvíla. Vodafone hefur með birtingu skilmála félagsins á aðgengilegan hátt uppfyllt þau skilyrði sem farið er fram á. Hvergi er gerð krafa um að skilmálar skuli undirritaðir. Kvartandi, með því að ganga í samningssamband við Vodafone, samþykkti skilmála félagsins sem honum voru aðgengilegir og þar er heimild fyrir Vodafone að setja sig í samband við viðskiptavini án tillits til bannmerkinga nema kvartandi óski eftir því að svo verði ekki gert. Kvartandi hefur hvergi sýnt fram á að hann hafi ekki óskað eftir því að haft yrði samband við hann í markaðslegum tilgangi og þannig nýtt sér heimild í 10. gr. I. kafla skilmála Vodafone.“

Þá benda Fjarskipti hf. Póst- og fjarskiptastofnun á ummæli fulltrúa Neytendasamtakanna þar sem tekið er fram að *„með tómlæti berðu ábyrgð*“. Að mati félagsins er mikilvægt að stofnunin sendi viðskiptavinum ekki þau skilaboð að þeir þurfi ekki að kynna sér skilmála þeirrar þjónustu sem þeir nýta sér.

Lokaorð

Að lokum kemur fram í bréfi Fjarskipta hf. að félagið geti ekki fallist á að um beina markaðssetningu hafi verið að ræða með útsendingu tölvupóstsins. Komist Póst- og fjarskiptastofnun að annarri niðurstöðu vísar félagið til þess að viðurkennt samningssamband var komið á milli aðila sem felur í sér skuldbindingu milli aðila sem fjarskiptaskilmálar félagsins gilda um og kvartandi samþykkir með viðskiptum sínum. Þeir skilmálar veiti félaginu heimild til að nálgast viðskiptavini sína í markaðslegum tilgangi án tillits til bannmerkinga nema viðskiptavinur krefjist að svo verði ekki gert. Kvartandi hafi ekki sýnt

[4] Fellt út m.t.t. trúnaðar.

fram á að hann hafi óskað slíks og að mati félagsins verði að líta til tómlætis hans hvað það varðar.

III.
Lagaumhverfi

3.1 Almennt

Póst- og fjarskiptastofnun er sú stofnun sem með lögum hefur verið falið að annast framkvæmd laga um fjarskipti og hafa eftirlit með fjarskiptum, sbr. 1. mgr. 1. gr. og 1. tl. 1. mgr. 3. gr. laga, nr. 69/2003, um Póst- og fjarskiptastofnun. Samkvæmt 10. gr. sömu laga skal stofnunin láta kvörtun neytenda til sín taka ef fjarskiptafyrirtæki brýtur gegn skyldum sínum samkvæmt lögum um fjarskipti eða gegn skilyrðum sem mælt er fyrir um í almennum heimildum, réttindum eða í rekstrarleyfi.

Þrátt fyrir að ákvæði 10. gr. laganna vísi til þess að stofnunin leysi aðeins úr ágreiningi neytenda við fjarskiptafyrirtæki eða póstrekendur hefur stofnunin tekið til meðferðar kvartanir um brot á 46. gr. fjarskiptalaga, óháð því hver á í hlut. Helgast sú framkvæmd af almennu eftirlitsvaldi stofnunarinnar með lögum, nr. 81/2003, um fjarskipti, sbr. 2. mgr. 2. gr. laganna. Má einnig benda á í þessu sambandi að viðurlög við brotum gegn ákvæðum IX. kafla laganna, sem 46. gr. er hluti af, eru ekki aðeins takmörkuð við fjarskiptafyrirtæki, sbr. 74. gr. laganna.

3.2 Óumbeðin fjarskipti

Ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga er ætlað að vernda einkalíf áskrifenda og byggir greinin að mestu leyti á 13. gr. tilskipunar Evrópuþingsins og ráðsins, nr. 2002/58/EB, um vinnslu persónuupplýsinga og verndun einkalífs á sviði rafrænna fjarskipta sem felldi úr gildi eldri tilskipun Evrópuþingsins og ráðsins, nr. 97/66/EB, þar sem sambærilegt ákvæði var að finna í 12. gr. tilskipunarinnar.

Reglur Evrópusambandsins á þessu sviði eiga sér nokkra sögu og hefur verið talin þörf á að grípa til verndarráðstafana svo ekki sé brotið gegn friðhelgi einkalífs. Með tilskipun nr. 2002/58/EB (og forvera hennar) voru meginreglur, sem settar voru fram í tilskipun nr. 95/46/EB, um vernd einstaklinga í tengslum við vinnslu persónuupplýsinga og um frjálsa miðlun slíkra upplýsinga, yfirfærðar í sértækar reglur fyrir fjarskiptasviðið og eru ákvæði hennar viðbót og nánari umfjöllun um ákvæði síðarnefndu tilskipunarinnar, sbr. 2. mgr. 1. gr. og 4. lið inngangsorða tilskipunar nr. 2002/58/EB. Þá kemur jafnframt fram í 48. lið inngangsorða hennar að við beitingu tilskipunarinnar getur verið gagnlegt að líta til reynslu starfshóps um vernd einstaklinga í tengslum við vinnslu persónuupplýsinga sem settur var á fót á grundvelli 29. gr. tilskipunar nr. 95/46/EB, sbr. 30. gr. hennar og 3. mgr. 15. gr. tilskipunar nr. 2002/58/EB.

Ákvæði 46. gr. fjallar um óumbeðin fjarskipti og eru þar að finna reglur varðandi beina markaðssetningu í formi sjálfvirkra upphringikerfa án mannlegrar íhlutunar, símbréfatækja, tölvupósts og rafrænna skilaboða. Þá er einnig að finna reglu er varða notkun almennrar tal- og farsímaþjónustu sem lið í markaðssetningu. Í ákvæðinu segir:

„Notkun sjálfvirkra uppkallskerfa, símbréfa eða tölvupósts, þ.m.t. hvers konar rafrænna skilaboða (SMS og MMS), fyrir beina markaðssetningu er einungis heimil þegar áskrifandi hefur veitt samþykki sitt fyrir fram.

Þrátt fyrir ákvæði 1. mgr. er heimilt að nota tölvupóstfang við sölu á vörum eða þjónustu fyrir beina markaðssetningu á eigin vörum eða þjónustu ef viðskiptavinum er gefinn kostur á að andmæla slíkri notkun tölvupóstfanga þeim að kostnaðarlausu þegar skráning á sér stað og sömuleiðis í hvert sinn sem skilaboð eru send hafi viðskiptavinurinn ekki þegar í upphafi hafnað slíkri notkun.

Að öðru leyti en mælt er fyrir í 1. og 2. mgr. eru óumbeðin fjarskipti í formi beinnar markaðssetningar óheimil til þeirra áskrifenda sem óska ekki eftir að taka á móti þeim.

Óheimilt er að senda tölvupóst sem þátt í beinni markaðssetningu þar sem nafn og heimilisfang þess sem stendur að markaðssetningu kemur ekki skýrt fram.

Þeir sem nota almenna tal- og farsímaþjónustu sem lið í markaðssetningu skulu virða merkingu í símaskrá sem gefur til kynna að viðkomandi áskrifandi vilji ekki slíkar símhringingar í símanúmer sitt. Áskrifandi á rétt á að fá vitneskju um hvaðan þær upplýsingar koma sem liggja úthringingu til grundvallar.“

Í 1.-4. mgr. 46. gr. er fjallað um óumbeðin fjarskipti fyrir beina markaðssetningu aðila. Er í 3. mgr. greinarinnar sett fram að óumbeðin fjarskipti í formi beinnar markaðssetningar er óheimil til þeirra sem ekki óska að taka á móti þeim að öðru leyti en sem greinir í 1. og 2. mgr. greinarinnar. Í 1. mgr. kemur fram að bönnuð er notkun á sjálfvirkum upphringikerfum án mannlegrar íhlutunar, símbréfatækjum, tölupósti og rafrænum skilaboðum, í beinum markaðslegum tilgangi án fyrirfram samþykkis áskrifenda. Þá er í 2. mgr. að finna þá undantekningu að aðila er heimilað að nota tölvupóstfang viðskiptavinar, sem viðkomandi fær upplýsingur um í sambandi við sölu á afurðum eða þjónustu, til að markaðssetja eigin afurðir eða þjónustu. Þó er sá fyrirvari settur í málsgreininni að viðskiptavinur skuli hafa tækifæri til að andmæla þess háttar notkun tölvupóstfangsins með auðveldum hætti og honum að kostnaðarlausu, hvort tveggja við skráningu þess sem og í útsendum tölvupóstum. Í 4. mgr. er að finna þá lágmarkskröfu að í beinni markaðssetningu aðila í gegnum tölvupóst verði að koma fram nafn og heimilisfang sendanda.

Framangreindar málsgreinar 46. gr. eru efnislega samhljóða 13. gr. áðurnefndrar tilskipunar nr. 2002/58/EB. Í 1. og 2. mgr. 13. gr. hennar er að finna bindandi fyrirmæli sem tekin hafa verið óbreytt upp í 1. og 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Í 3. mgr. 13. gr. tilskipunarinnar er kveðið á um skyldu aðildarríkja um að banna óumbeðnar fjarskiptasendingar í beinum markaðslegum tilgangi án samþykkis viðkomandi áskrifenda eða þegar áskrifendur hafa óskað eftir því að fá ekki slíkar fjarskiptasendingar en aðildarríkjum falið að ákveða hvorn kostinn skuli velja. Valdi löggjafinn hér á landi að innleiða svokallaða samþykkisreglu (e. opt-in) þ.e. að banna óumbeðin fjarskipti til þeirra áskrifenda nema sem hafa veitt samþykki fyrir slíkum sendingu, sbr. 1. mgr. ákvæðisins.

3.3 Gildissvið 46. gr. fjarskiptalaga

Í máli þessu reynir í fyrsta lagi á skilgreiningu á hugtakinu *bein markaðssetning* sem markar gildissvið ákvæðisins. En líkt og fram kemur í beinu orðalagi 46. gr. er notkun t.a.m.

tölvupósts fyrir beina markaðssetningu einungis heimil þegar áskrifandi hefur veitt samþykki sitt fyrirfram, sbr. 1. mgr. eða ekki andmælt slíkri notkun, við skráningu tölvupóstfangs, sé um viðskiptavin sendanda að ræða, sbr. 2. mgr. ákvæðisins.

Þótt hvorki sé að finna skilgreiningu á hugtakinu bein markaðssetning í íslenskum lögum né framagreindri tilskipun nr. 2002/58/EB þá hefur hugtakið verið skilgreint með rúmum hætti. Kemur fram í í áliti nr. 5/2004 fyrrgreinds 29. gr. starfshóps að samkvæmt 13. gr. tilskipunar nr. 2002/58/EB nái hugtakið yfir hvers kyns markaðsátaks, þ.á.m. beina markaðssetningu hjálparstofnana og stjórnmálaflokka.[5] Í álitinu er einnig vísað til álits starfshópsins nr. 3/2003, þar sem samþykktar eru siðareglur FEDMA, þar sem rúm túlkun er lögð í hugtakið. Í reglunum segir m.a. að bein markaðssetning feli í sér hvers kyns samskipti, þ.á.m., en ekki einskorðað við, tölvupóst, símbréf, símtöl o.fl., er varða hvers kyns auglýsingar eða markaðsefni, sem sent er af markaðsaðila, eða fyrir hans hönd, og sem sérstaklega er beint að einstaklingum.[6]

Á grundvelli framangreinds, og með hliðsjón af skilgreiningu hugtaksins bein markaðssókn í 28. gr. laga nr. 77/2000, um persónuvernd og meðferð persónuupplýsinga, komst Póst- og fjarskiptastofnun að þeirri niðurstöðu í ákvörðun sinni nr. 22/2009, að hugtakið bein markaðssetning feli í sér að söluaðili snýr sér beint að tilteknum aðila, einum eða fleiri, ýmist á grundvelli nafns viðkomandi, tölvupóstfangs, símanúmers eða annarra þess háttar upplýsinga og, að samkvæmt venjulegum málskilningi, sé átt við sölu eða kynningu á vörum eða þjónustu óháð því hver tilgangur markaðssetningarinnar er, sbr. þó lokamálsl. 2. mgr. 28. gr. laga nr. 77/2000, sem kveður á um heimild Persónuverndar til að veita undanþágu frá ákvæðinu.

Þá taldi stofnunin, í ljósi svo rúmrar túlkunar, að taka þurfi til skoðunar hvort ætlast sé einhvers til af viðtakanda fjarskiptanna, þ.e. hvort að markmið þeirra sé að fá hann til að skuldbinda sig með einhverjum hætti. Hafi efni þeirra hvorki að geyma boð um kynningu eða sölu á vörum eða þjónustu, né að ráða megi af efni þeirra að ætlast sé til þess að viðtakandi bregðist við þeim með tilteknum hætti, telst slíkt ekki vera bein markaðssetning í skilningi 1. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Með þessari túlkun taldi stofnunin að verið væri að takmarka beitingu ákvæðisins við skilaboð sem sett eru fram í þágu beinnar markaðssetningar og krefst þar af leiðandi ekki að lagt sé mat á efnislegt innihalds skilaboðana, nema í undantekningartilvikum. Heldur er nægjanlegt að leggja mat á hvort að fjarskiptasendingum hafi verið sett fram í markaðslegum tilgangi.

Eins hefur úrskurðarnefnd fjarskipta- og póstmála, í úrskurði sínum frá 22. febrúar 2010 í máli nr. 5/2009, fallist á lögskýringu stofnunarinnar en í úrskurðinum segir m.a. að:

---

[5] Opinion 5/2004 on unsolicited communication for marketing purposes under Article 13 of Directive 2002/58/EC frá 27. febrúar 2004. Bls 7.

[6] Opinion 3/2003 on the European code of cundoct of FEDMA for the use of personal data in direct marketing frá 13. júní 2003. Siðareglunarna, Euopean Code of Practice for the use of personal data in direct marketing, má finna á eftirfarandi slóð: http://ec.europa.eu/justice/policies/privacy/docs/wpdocs/2003/wp77-annex_en.pdf, (*e. The communication by whatever means (including but not limited to mail, fax, telephone, on-line services etc…) of any advertising or marketing material, which is carried out by the Direct Marketer itself or on its behalf and which is directed to particular individuals.)*

„ … með hliðsjón af þeim tilvísunum sem tilskipun 2002/58/EB geymir í álit vinnuhópsins, verður að mati nefndarinnar varla dregin önnur ályktun en sú, að hugtakið beina markaðssetningu í 1. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga beri að túlka vítt, þannig að umrædd markaðssetning þurfi t.d. ekki að fara fram í hagnaðarskyni, heldur geti t.d. verið um að ræða óumbeðin fjarskipti frá góðgerðarfélögum o.fl.“[7]

Þá hefur Póst- og fjarskiptastofnun í fjölmörgum nýlegum ákvörðun sínum er varða óumbeðin fjarskipti túlkað hugtakið með þessum sama rúma hætti. Í ákvörðun stofnunarinnar nr. 42/2014 var komist að þeirri niðurstöðu að tölvupóstsending sem innihélt kynningu á vefsíðu aðila þar sem ákveðin þjónusta var veitt teldist vera bein markaðssetning í skilningi 46. gr. fjarskiptalaga.

3.4 Undanþáguákvæði 1. og 2. mgr. 46. gr.

Líkt og áður segir er í 3. mgr. ákvæðisins lagt bann við fjarskipti í formi beinnar markaðssetningar nema móttakandi hafi óskað að taka á móti þeim og er hér að finna meginreglu ákvæðisins. Frá þessu banni er að finna tvær undanþágur, sbr. 1. og 2. mgr. greinarinnar. Þar sem í 1. mgr. eru heimilaðar fjarskiptasendingar þegar móttakandi hefur veitt sérstakt samþykki fyrir sendingunum og í 2. mgr. þar sem móttakandi, sem er viðskiptavinur sendanda, hefur ekki andmælt móttöku slíkra sendinga við skráningu tölvupóstfangs.

3.4.1 Samþykki móttakanda

Fjarskiptasendingar sem falla undir hugtakið bein markaðssetning í skilningi 1. mgr. 46. gr. eru einungis heimilar þegar viðtakandi hefur veitt samþykki sitt fyrir fram líkt og málsgreinin gerir kröfu um.

Ekki er í fjarskiptalögum fjallað um hvað telst fela í sér fyrirfram samþykki í skilningi ákvæðisins. Er þetta í samræmi við 13. gr. tilskipunar, nr. 2002/58/EB, en í 40. lið inngangsorða hennar er þó fjallað um að þegar kemur að óumbeðnum fjarskiptasendingum vegna beinnar markaðssetningar sé réttlætanlegt að krefjast þess að afdráttarlaust fyrirfram samþykki viðtakanda sé fengið áður en slíkar fjarskiptasendingar eru sendar til hans. Í f -lið 2. mgr. 3. gr. tilskipunarinnar segir enn fremur að *samþykki* notanda eða áskrifanda samsvari samþykki skráðs aðila í tilskipun nr. 95/46/EB, sbr. og 17. lið inngangsorða tilskipunar nr. 2002/58/EB. Í 7. tölul. 1. mgr. 2. gr. laga nr. 77/2000, sem byggir á h -lið 2. gr. tilvitnaðrar tilskipunar nr. 95/46/EB, er samþykki skilgreint með eftirfarandi hætti:

„Sérstök, ótvíræð yfirlýsing sem einstaklingur gefur af fúsum og frjálsum vilja um að hann sé samþykkur vinnslu tiltekinna upplýsinga um sig og að honum sé kunnugt um tilgang hennar, hvernig hún fer fram, hvernig persónuvernd er tryggð, um að honum sé heimilt að afturkalla samþykki sitt o.s.frv.“

Í áðurnefndu áliti 29. gr. starfshóps, sbr. tilskipun 95/46/EB, nr. 5/2004, kemur einnig fram að samþykki sem veitt er sem hluti af almennu samþykki á skilmálum samnings, svo sem áskriftarsamnings þar sem samþykkis er óskað fyrir markaðspóst, verður jafnframt að uppfylla framangreind skilyrði tilskipunar 95/46/EB. Þannig er það ekki í samræmi við

[7] Úrskurður úrskurðarnefndar fjarskipta- og póstmála í máli nr. 5/2010.

ákvæði reglugerðarinnar að senda út tölvupóst til að óska samþykki þeirra fyrir að senda tölvupósta fyrir beina markaðssetningu. Þá telst það heldur ekki í samræmi við skilgreiningu á samþykki að einstaklingur gefi einungis í skyn að vilja fá slíkan tölvupóst, sér í lagi þegar skilgreiningin kveður á um að það skuli innihalda yfirlýstan vilja hans, svo sem þegar slíkt er gert með athafnaleysi. Þannig geta t.d. fyrirfram útfylltir reitir sem viðkomandi þarf að taka merkingu af, ekki talist uppfylla skilyrði þau sem gerð eru fyrir samþykki.[8] Er þetta jafnframt áréttað áliti hópsins nr. 15/2011, þar sem m.a. kemur fram að svo að samþykki teljist uppfylla kröfur tilskipunar 95/46/EB, verði samþykkið að fela í sér ákveðna athöfn af hálfu hlutaðeigandi svo það teljist vera ótvírætt. Tekur starfshópurinn dæmi þar sem að aðili, sem hefur samþykki einstaklings, sendir tölvupóst á viðkomandi og tilgreinir að upplýsingar um hann verði sendar til þriðja aðila sem hyggst nota þær fyrir beina markaðssetningu. Hafi viðkomandi einstaklingur ákveðinn tíma til að bregðast við en er jafnframt tilgreint að bregðist hann ekki við muni það fela í sér samþykki um afhendingu upplýsinganna. Að mati starfshópsins getur þessi tegund meints samþykkis ekki talist uppfylla skilyrði tilskipunarinnar.[9]

Ljóst er að nokkuð ríkar kröfur eru gerðar við öflun á samþykki fyrir sendingu tölvupósta fyrir beina markaðssetningu. Hefur það jafnframt verið staðfest í fjölmörgum ákvörðunum Póst- og fjarskiptastofnunar.

3.4.2 Viðskiptavinur útsendingaraðila

Í 2. mgr. 46. gr. er að finna undanþágu frá 1. mgr. ákvæðisins þegar um er að ræða viðskiptavin útsendingaraðila. En í slíkum tilvikum þarf ekki fyrirfram samþykki hans samkvæmt 1. mgr. heldur þarf hann við skráningu tölvupóstfangs að vera upplýstur um tilgang skráningarinnar og vera veitt tækifæri til að andmæla notkun þess fyrir beina markaðssetningu. Þá þarf tækifæri til að andmæla að vera til staðar í hverjum útsendum tölvupósti.

Í athugasemdum við frumvarp til fjarskiptalaga segir um 2. mgr. 46. gr. laganna að með undanþágunni er heimilað *„ … að nota tölvupóstfang viðskiptavinar, sem viðkomandi fær upplýsingar um í sambandi við sölu á afurðum eða þjónustu, til þess að markaðssetja eigin afurðir eða þjónustu en það skilyrði er sett að viðskiptavinur hafi tækifæri til að andmæla slíkri notkun á auðveldan hátt og þeim að kostnaðarlausu. Möguleikar til andmæla skulu vera fyrir hendi bæði þegar skráning tölvupóstfangs fer fram og í hvert sinn sem tölvupóstur er sendur, þ.e. hafi áskrifandinn ekki neitað um samþykki þegar tölvupóstfang hans var skráð.“*

Ákvæðið byggir á 2. mgr. 13. gr. tilskipunar nr. 2002/58/ESB. Í 41. lið inngangsorða tilskipunarinnar er varpað nánara ljósi á um hvað felst í ákvæðinu. Þar segir m.a:

> „Að því er varðar tengsl við viðskiptavini, sem þegar eru fyrir hendi, er sanngjarnt að heimila notkun tölvupóstfanga til að bjóða svipaðar vörur eða þjónustu, en einungis af

[8] Sjá neðanmálsgrein 5. Bls. 5 *(e. Implied consent to receive such mails is not compatible with the definition of consent of Directive 95/46/EC and in particular with the requirement of consent being the indication of someone's wishes, including where this would be done ´unless opposition is made' (opt-out). Similarly, pre-ticked boxes, e.g., on websites are not compatible with the definition of the Directive either.)*

[9] Opinion 15/2011 on the definition of consent frá 13. júlí 2011. Bls. 12 og 24-25.

hálfu sama fyrirtækis og aflaði rafrænu upplýsinganna í samræmi við tilskipun 95/46/ESB. Þegar rafrænan upplýsinga er aflað skal viðskiptavinurinn upplýstur um frekari notkun þeirra við beina markaðssetningu með skýrum og greinilegum hætti og fá tækifæri til að synja um slíka notkun.“

Í títtnefndu álit 29. gr. starfshópsins nr. 5/2004, er áréttað að um undanþágu sé að ræða sem túlka skuli þröngt. Þá segir í álitinu að í fyrsta lagi eigi undanþágan einungis við um viðskiptavini þess sem sendir út tölvupóstinn enda hafa upplýsingar um tölvupóstfang viðskiptavinar fengist við sölu á vöru eða þjónustu og í samræmi við ákvæði tilskipunar 95/46/EB, sem m.a. setur það skilyrði að upplýsingar um tilgang skráningarinnar séu veittar. Telja verður að það séu til að mynda upplýsingar um að tölvupóstfangið verði notað fyrir beina markaðssetningu, sbr. tilvitnuð inngangsorð. Þá telur starfshópurinn að jafnframt verði að líta til þess tíma sem liðinn er frá því samþykki var gefið og þar til tölvupóstur er sendur á umrætt tölvupóstfang. Í öðru lagi á undanþáguákvæðið einungis við ef sami einstaklingur eða lögaðili og safnaði upplýsingunum sendir tölvupósta fyrir beina markaðssetningu. Tekur starfshópurinn sem dæmi að móður- og dótturfélög geti ekki talist sami aðili. Í þriðja lagi þá er ákvæðið bundið við að sambærilegar vörur eða þjónusta sé markaðssett. Viðurkennir starfshópurinn að erfitt geti verð að skilgreina hvað sé sambærileg vara eða þjónusta en ætti þó að vera metið á grundvelli réttmætra væntinga móttakanda fremur en viðhorfi sendanda tölvupóstsins. Þá áréttar starfshópurinn að bjóða þurfi viðskiptavini upp á að skrá sig af hlutaðeigandi lista yfir að fá tölvupóstsendingar í hverri sendingu.[10]

Í 2. mgr. er því finna skilyrta undantekningarreglu frá annars skýrum kröfum um fyrirfram samþykki notenda tölvupóstfanga fyrir tölvupóstsendingum í beinni markaðssetningu. Vegur hér þungt það álit 29. gr. starfshópsins að upplýsingar um tölvupóstfang viðskiptavinar hafi fengist í samræmi við ákvæði tilskipunar 95/46/EB, sem m.a. setur það skilyrði að upplýsingar um tilgang skráningarinnar séu veittar. Eins má sjá ítrun á mikilvægi þessa skilyrðis í frumvarp til fjarskiptalaga þar sem vísað er til hugtaksins *samþykkis*, þ.e. að áskrifandinn hafi ekki neitað um samþykki. Má þannig sjá augljósa tengingu við tilvitnuð inngangsorð tilskipunarinnar og títtnefnt álit starfshópsins á hugtakinu og gefur það ákveðnar vísbendingar um að túlka beri undanþáguákvæði 2. mgr. ákvæðisins þröngt og að ríkar kröfur séu gerðar til aðila sem stendur að baki hinnar beinu markaðssetningu um upplýsingagjöf og andmælarétt notanda tölvupóstfangs.

3.5 Nafn og heimilisfang sendanda, sbr. 4. mgr. 46. gr.

Líkt og að framan greinir kemur fram með skýrum hætti að óheimilt sé að senda tölvupóst sem þátt í beinni markaðssetningu þar sem nafn og heimilisfang þess sem stendur að markaðssetningu kemur ekki skýrt fram, sbr. 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Ekki er að finna frekari skýringar á ákvæðinu í athugasemdum við frumvarp er lögleiddi ákvæðið en samkvæmt orðanna hljóðan verður að telja ákvæðið mjög afdráttarlaust.

Þegar litið er til 13. gr. tilskipunar 2002/58/EB segir m.a. í 4. mgr. hennar að í öllum tilvikum skuli vera bannað að senda tölvupóst vegna beinnar markaðssetningar, þar sem því er leynt eða það falið hver sá er sem annast fjarskiptasendinguna. Í 44. lið inngangsorða

[10] Sjá neðanmálsgrein 5. Bls. 9.

tilskipunarinnar segir einnig að nytsamlegt geti verið á ákveðnum tilvikum, til viðbótar þeim skyldum sem tilskipunin kveður á um, að takmarka kostnað móttakanda tölvupóstsendingar með því að gera áskrifendum kleift að sjá sendanda og efnislínu tölvupósts án þess að þurfa að flytja niður afganginn af innihaldi tölvupóstsins eða hvers konar viðhengi. Er hér um að ræða viðbótarskyldu um sem aðildarríki geta kveðið á um ásamt þeim skyldum sem finna má í efnisákvæðum tilskipunarinnar en getur ekki komið í stað þeirra krafna sem efnisákvæði kveða á um. Þá má sjá að í áliti 29. gr. starfshópsins, nr. 4/2010, þar sem hópurinn veitti álit sitt á siðareglum FEDMA að fagnað er beinni kröfu, sem finna má í siðareglum samtakanna, um að nauðsynlegar upplýsingar sem varpar skýru ljósi á hver sé sendandi tölvupóstsendingarinnar og standi þar með að baki markaðssetningunni skuli koma fram í upphafi tölupóstsendingarinnar.[11]

Þótt ekki sé að finna beina kröfu í ákvæðum tilskipunarinnar um hvaða upplýsingar um sendanda og með hvaða hætti þær skulu birtast í tölvupóstsendingum fyrir beina markaðssetningu er ljóst að ákveðnar upplýsingar verða að koma þar fram enda bannað leyna hver sendandi er. Þá setur tilskipunin fram þann viðbótarmöguleika að aðildarríki leggi þá skyldu á sendendur að nafn þeirra og efnisinnihald tölvupóstsins sjáist án þess að tölvupóstsendingin sjálf sé opnuð.

Löggjafinn hér á landi hefur með skýrum hætti tekið afstöðu til þess, sbr. ákvæði 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga, að ekki er heimilt að senda út slíkan tölvupóst nema að nafn sendanda og heimilisfang hans komi greinilega fram í tölvupóstsendingunni. Er hér að finna afdráttarlausari skyldu en í tilvitnuðu ákvæði tilskipunarinnar. Aftur á móti er ekki að finna í innlendri löggjöf neina beina kvöð um að nafn hans og efnislína sjáist áður en tölvupóstskeytið sjálft er opnað líkt.

IV.
Forsendur og niðurstaða

Í máli þessu er í fyrsta lagi deilt um það hvort að tölvupóstsending, send af Fjarskiptum hf. á tölvupóstfang kvartanda þann 13. desember 2013, teljist vera *bein markaðssetning* í skilningi 46. gr. fjarskiptalaga, nr. 81/2003. Hér er um grundvallaratriði að ræða enda falla einungis tölvupóstsendingar sem teljast til beinnar markaðssetningar undir gildissvið ákvæðisins. Póst- og fjarskiptastofnun mun því fyrst taka afstöðu til þessa atriðis.

Í öðru lagi er deilt um það hvort, falli tölvupóstsendingin undir ákvæði fjarskiptalaga, Fjarskipti hf. hafi haft heimild til að senda umræddan tölvupóst á tölvupóstfang kvartanda.

Í þriðja lagi er deilt um hvort að Fjarskipti hf. hafi í tölvupóstsendingu sinni uppfyllt skilyrði 4. mgr. 46. gr. laganna um það hvort nafn félagsins er tilgreint með réttum hætti í umræddri sendingu sé uppfyllt.

4.1 Bein markaðssetning

Líkt og fjallað hefur verið um hér að framan hefur Póst- og fjarskiptastofnun túlkað hugtakið *bein markaðssetning* rúmt og til samræmis við þá túlkun sem sett hefur verið fram í álitum 29.

[11] Opinion 4/2010 on the European code of cundoct of FEDMA for the use of personal data in direct marketing frá 13. júlí 2010. Bls 4.

gr. starfshópsins. Hefur þessi rúma túlkun jafnframt verið staðfest að úrskurðarnefnd fjarskipta og póstmála.

Í fyrsta svari Fjarskipta hf., dags. 15. janúar 2014 verður ekki annað séð en að félagið líti svo á að um markpóst hafi verið að ræða, þ.e. að í tölvupóstsendingunni hafi falist bein markaðssetning. Er í bréfinu sérstaklega vísað til þess að í tölvupóstsendingunni hafi falist *„tilboð á iPhone 5s og 5C símtækjum“* en þau væru nú að hagstæðara verði en áður hafði verið. Félagið andmælir aftur móti að umræddur *„markpóstur“* hafi verið í andstöðu við ákvæði fjarskiptalaga þar sem félagið hafi heimild, á grundvelli almennra skilmála um fjarskiptaþjónustu, til að senda slíka tölvupósta. Þá hafi kvartandi ekki frábeðið sig slíkum sendingum.

Það er svo í svarbréfum félagsins, dags. 20. febrúar og 24. október 2014, sem félagið andmælir því að í umræddri tölvupóstsendingu felist bein markaðssetning og að hún falli utan gildissviðs fjarskiptalaga. Vísar félagið til þess að um hafi verið að ræða boð í morgunmat en ekki kynningu eða sölu á ákveðinni vöru. Boðið hafi verið til morgunverðar til að fagna samstarfi félagsins við Apple og *„ … þeirri staðreynd að félagið gæti veitt viðskiptavinum sínum Apple snjallsíma á betra verði en áður.“*. Er það álit félagsins að ekki hafi verið um að ræða sókn af hálfu félagsins með það að markmiði að fá móttakanda til að aðhafast á annan hátt en að fagna þessum áfanga með félaginu. Ekki hafi verið gerð karfa að viðskiptavinirnir keyptu iPhone símtæki svo þeir gætu komið í morgunmat félagsins. Vísar félagið til ákvörðun Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 22/2009 máli sínu til stuðnings þar sem segir að ef ekki megi ráða af efni tölvupóstsendinga að ætlast sé til þess að viðtakandi bregðist við þeim með tilteknum hætti teljist tölvupóstssendingin ekki vera bein markaðssetning í skilningi ákvæðis 46. gr. fjarskiptalaga.

Þá ber félagið málavexti saman við ákvörðun Póst- og fjarskiptastofnunar nr. 19/2013 um óumbeðin fjarskipti Símans hf. og telur að um ósambærileg mál sé að ræða. Vísar félagið til efnislínu tölvupóstsendingar Símans hf., þar sem sagði *„Langar þig í Samsung Galaxy SIII?“*, sem og innihalds hennar þar sem móttakendum var boðið að skrá sig í netklúbb félagsins. Er það mat Fjarskipta hf. að slíkt boð hafi falið í sér boð um kynningu eða sölu á vöru á þjónustu ólíkt því sem um ræðir í tölvupóstssendingu þess þar sem viðskiptavinum var einungis boðið að samgleðjast með félaginu.

Í svarbréfi sínu, dags. 24. október sl., bendir félagið á að yfirskrift á tölvupóstssendingu þess hafi verið *„iPhone opnunarhátið“* og að ekki hafi verið að finna boð um kynningu eða sölu á vörum eða þjónustu né hafi mátt ráða af efni hannar að ætlast sé til þess að viðtakandi bregðist við þeim með tilteknum hætti. Á grundvelli þessa telur félagið tölvupóstsending þess geti ekki talist til beinnar markaðssetningar og falli því utan gildissviðs 46. gr. fjarskiptalaga.

Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar verður ekki að annarri niðurstöðu komist en að umrædd tölvupóstsending teljist vera bein markaðssetning í skilningi ákvæðisins og falli þar með undir gildissvið þess. Ekki verður fallist á það sjónarmið Fjarskipta hf. að tölvupóstsendingin hafi ekki falið í sér kynningu á vöru þegar sérstaklega er tilgreind vara á lægra verði en áður hefur verið í boði.

Líkt og áður hefur komið fram hefur Póst- og fjarskiptastofnun túlkað umrætt hugtak vítt og í ákvörðun sinni nr. 22/2009 komist að þeirri niðurstöðu að hugtakið bein markaðssetning feli í sér þegar söluaðili snýr sér beint að tilteknum aðila í því skyni að selja eða kynna vöru eða þjónustu. Að mati stofnunarinnar er ljóst að tölvupóstsendingu Fjarskipta hf. var beint að kvartanda og fól m.a. í sér kynningu á vöru, þ.e. iPhone símtæki, sem og þjónustu, þ.e. 4G þjónustu félagsins fyrir slík símtæki. Burtséð frá þessu væri einnig nóg, að mati Póst- og fjarskiptastofnunar, að tölvupóstsending fæli í sér boð um að fá kynningu á vörum eða þjónustu til þess að teljast vera bein markaðssetning í skilningi fjarskiptalaga.

Þá verður ekki fallist á sjónarmið Fjarskipta hf. um að í tölvupóstsendingunni hafi ekki falist krafa um athöfn eða viðbrögð af hálfu kvartanda. Tilgangur markaðssetningar er að kynna vöru eða þjónustu, verð hennar og að fá viðkomandi til að fjárfesta í slíkri vöru eða þjónustu og kynna sér hana með ítarlegri hætti. Felur það í eðli sínu í sér að til einhvers er ætlast af viðtakenda tölvupóstsendingarinnar. Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar verður hugtakið ekki túlkað svo þröngt að í tölvupóstsendingu þurfi að felast bein áskorun um athöfn eða viðbragða, t.d. að samþykkja eða hafna að viðkomandi skrái sig í netklúbb, sbr. málavextir í ákvörðun nr. 19/2013. Þannig geta það ekki verið rök í máli þessu að ekki hafi verið krafist þess að móttakandi keypti sér iPhone símtæki til að eiga kost á að njóta morgunverðar í boði félagsins. Hefur Póst- og fjarskiptastofnun talið nægjanlegt að markmið tölvupóst-sendingarinnar sé að fá móttakanda til að kynna sér vöru eða þjónustu frekar eða nýta sér slíka vöru eða þjónustu, sbr. ákvörðun stofnunarinnar nr. 42/2014.

Hvað varðar yfirskriftir og efnislínur tölvupóstsendinga Fjarskipta hf. og Símans hf. þá er það mat Póst- og fjarskiptastofnunar að þótt að í efnislínu tölvupóstsendingar Símans hf. hafi falist spurning leiði það ekki til þess að efnislína Fjarskipta hf. geti ekki talist vera fyrir beina markaðssetningu þótt hún hafi verið sett fram með öðrum hætti. Efnislína eða yfirskrift tölvupóstsendingar er ekki eini ráðandi þátturinn þegar kemur að mati hvort að umrædd tölvupóstsending telst falla undir ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga.

Að mati stofnunarinnar verður að telja að nægjanlegt sé að ákveðin vara eða þjónusta sé kynnt í tölvupóstsendingum til að hún teljist vera bein markaðssetning og falli undir ákvæði fjarskiptalaga. Ef þrengri merking væri lögð í hugtakið væri með mjög auðveldum hætti hægt að fara í kringum tilgang ákvæðisins sem er verndun friðhelgi einkalífs viðtakenda tölvupóstsendinganna.

Verður því einnig að hafna þeim sjónarmiðum Fjarskipta hf. um að tölvupóstsendingin falli utan gildissviðs ákvæðisins þar sem að um boð í morgunverð hafi verið að ræða. Það er sérstakt skoðunarefni að meta hvort að slíkt boð eitt og sér falli undir skilgreiningu hugtaksins og þar með ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga. Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar er ekki þörf í máli þessu að leggja mat á slíkt enda ljóst að um kynningu á vöru og þjónustu var að ræða í umþrættri tölvupóstsendingu. Er það nægjanlegt til að fella hana undir 46. gr. fjarskiptalaga.

Að öllu framangreindu verður ekki fallist á sjónarmið Fjarskipta hf. um að ekki sé um beina markaðssetningu að ræða í skilningi 46. gr. fjarskiptalaga. Verður því næst vikið að því hvort félaginu hafi verið heimilt að senda umrædda tölvupóstsendingu á tölvupóstfang kvartanda.

4.2 Lögmæti tölvupóstssendingar

Ekki er í máli þessu tekist á um hvort Fjarskiptum hf. hafi verið heimilt að senda út umræddan tölvupóst á grundvelli 1. mgr. 46. gr., þ.e. hvort að félagið hafi í raun aflað sér upplýsts samþykkis kvartanda fyrir umræddri sendingu. Verður því ekki fjallað sérstaklega um það í ákvörðun þessari enda ljóst að Fjarskipti hf. hafa ekki tekið til varna hvað það varðar eða fjallað um slíkt með nokkrum hætti í málsvörn sinni. Hefur félagið eingöngu vísað til þess að heimild fyrir útsendingu hafi byggst á 2. mgr. ákvæðisins.

Í máli þessu er því tekist á um það hvort Fjarskiptum hf. hafi verið heimilt að senda umþrættan tölvupóst á kvartanda á grundvelli undanþáguákvæðis 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Verður í því tilliti fyrst að leggja mat á hvort kvartandi teljist viðskiptavinur Fjarskipta hf. á grundvelli málsgreinarinnar. Í annan stað verður að meta hvort að skilyrði ákvæðisins varðandi upplýsingagjöf og andmælarétt kvartanda hafi verið uppfyllt.

Ljóst er í máli þessu að kvartandi er notandi tölvupóstfangs sem Fjarskipti hf. veitir, þ.e. [...][12]. Þá er ljóst að kvartandi hefur áður verið í áskrift að internetþjónustu hjá félaginu, sbr. útgefnir reikningar á hans nafn sem fylgdu svarbréfi Fjarskipta hf. Þótt reikningarnir séu vissulega frá árinu 2008 og gefi þannig ekki raunsæa mynd af því viðskiptasambandi sem er í dag, en kvartandi fullyrðir að hann sé ekki í öðrum viðskiptum hjá félaginu og hefur því ekki verið andmælt af hálfu Fjarskipta hf., er ljóst að kvartandi hefur umrætt tölvupóstfang til umráða.

Þá er jafnframt ljóst í málinu að notkun kvartanda á umræddu tölvupóstfangi er ekki byggð á skriflegum samningi milli aðila. Tilgreinir kvartandi að um munnlegan samning hafi verið að ræða milli aðila um *„varanleg afnot“* tölvupóstfangsins og slíkt geti ekki talist vera viðskiptasamband í skilningi 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Úr svarbréfum Fjarskipta hf. verður þó lesið að félagið telur að um viðskiptasamband sé að ræða milli aðila, þótt félagið hafi ekki skriflegan samning undir höndum, og að tómlæti við innheimtu á greiðslu fyrir þá veittu þjónustu hafi ekki áhrif þar á.

Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar verður að telja að um viðskiptasamband sé að ræða milli aðila í máli þessu og að kvartandi sé viðskiptavinur Fjarskipta í skilningi 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Ekki er deilt um það að Fjarskipti hf. var að veita kvartanda ákveðna þjónustu í formi afnota af tölvupóstfangi. Þótt kvartandi hafi í munnlegum samningi fengið varanleg afnot af umræddu tölvupóstfangi leiðir það ekki sjálfkrafa af sér að ekki sé um viðskiptasamband milli aðila að ræða. Verður í þessu tilliti að líta til þess að um viðvarandi veitingu á þjónustu er að ræða af hálfu Fjarskipta hf. til kvartanda. En veiting tölvupóstþjónustu, þ.e. að notkun tölvupóstfangsins og möguleg hýsing tölvupósta, er þjónusta sem veitt er með viðvarandi hætti. Þannig er það kerfi Fjarskipta hf. sem félagið notar til veitingar tölvupóstþjónustu með stöðuga vöktun, t.a.m. fyrir móttöku tölvupósta, og verður að teljast vera nauðsynleg forsenda fyrir nýtingu kvartanda á tölvupóstfanginu. Hvernig endurgreiðslum fyrir þá þjónustu er háttað og möguleg vanskil þar á fellur utan gildissvið fjarskiptalaga og valdsviðs Póst- og fjarskiptastofnunar. Getur Póst- og fjarskiptastofnun því ekki fallist á það sjónarmið kvartanda að hann sé ekki í

[12] Fellt út m.t.t. trúnaðar.

viðskiptasambandi við félagið eða viðskiptavinur þess í skilningi ákvæðisins á grundvelli slíkra sjónarmiða.

Verður því næst að líta til þess hvort Fjarskipti hf. hafi uppfyllt önnur þau skilyrði sem 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga setur og lúta að upplýsingagjöf og andmælarétti kvartanda.

Fjarskipti hf. vísa í bréfi sínu frá 20. febrúar 2014 til þess að öllum viðskiptavinum þess hafi verið kynntir og munu í framtíðinni vera kynntir skilmálar félagsins og að frá því sé engin undantekning. Aftur á móti vísar félagið til þess í bréfi sínu, dags. 24. október einungs til þess að með birtingu almennra skilmála félagsins á heimasíðu þess hafi það uppfyllt kröfur fjarskiptalaga um upplýsingaskyldu sína. Vísar félagið til 5. mgr. 37. gr. laganna þar sem lögð er sú skylda á fjarskiptafyrirtæki að þau birti viðskiptaskilmála og gjaldskrá fyrir alla þjónustu sína á aðgengilegan hátt. Kvartandi, aftur á móti, staðhæfir að hann hafi aldrei undirritað eða samþykkt skilmála félagsins fyrir áframhaldandi notkun tölvupóstfangsins og telur hann sig ekki vera skuldbundinn af þeim. Þá fullyrðir kvartandi að í þeim munnlega samningi sem gerður var hafi ekki verið sóst eftir samþykki kvartanda á þeim skilmálum né að nota mætti netfang í beinni markaðssetningu.

Póst- og fjarskiptastofnun tekur undir með Fjarskiptum hf. að almenn birting viðskiptaskilmála fjarskiptafélags á heimasíðu þess er í samræmi við ákvæði fjarskiptalaga. Þá verður að telja að skilmálar félagsins gildi um viðskiptasamband aðila. Stofnunin tekur jafnframt undir með Fjarskiptum hf. er varðar kröfu til neytenda að kynna sér skilmála sem um þjónustu gilda þegar þeir ganga í viðskiptasamband við fjarskiptafélag og veðrur að ætla að aðilar sem hyggja á viðskipti kynni sér þau ákvæði sem um viðkomandi þjónustu gilda.

Í 37. gr. fjarskiptalaga er kveðið á um rétt einstaklinga til þess að fjarskiptafyrirtæki geri við þá samning um fjarskiptaþjónustu sem skuli að lágmarki innihalda atriði sem talin eru upp í stafliðum 1. mgr. greinarinnar. Í greininni er þó ekki fjallað um atriði er snúa að óumbeðnum fjarskiptum eða mögulegum sendingum tölvupósta fyrir beina markaðssetningu og ber fjarskiptafélögum ekki skylda á grundvelli 37. gr. laganna að fjalla um slíkt í skilmálum sínum.

Ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga nær til allra þeirra aðila sem hyggjast nota fjarskiptaleiðir við markaðssetningu á vöru sinni eða þjónustu og einskorðast ákvæðið ekki við fjarskiptafyrirtæki á meðan ákvæði 37. gr. nær eingöngu til fjarskiptafyrirtækja. Geta ákvæði fjarskiptalaga þannig lagt mismunandi skyldur á aðila, líkt og t.a.m. ákvæði 46. gr. gerir, umfram þær skyldur sem finna má í 37. gr. laganna. Í fyrrgreinda ákvæðinu er í fyrsta lagi lagt bann við óumbeðnum fjarskiptum nema að fyrirfram samþykki hafi verið gefið fyrir slíku. Þannig er lögð skylda á aðila sem hyggjast nýta sér fjarskipti fyrir beina markaðssetningu að afla samþykkis móttakanda áður en að t.d. markpóstur er sendur á tölvupóstfang hans.

Frá þessari skýru skyldu er, líkt og áður segir, að finna undantekningu í 2. mgr. ákvæðisins þegar um er að ræða tölvupóstsendingar til viðskiptavina. Þessi undantekning er þó einnig háð ákveðnum skilyrðum sem útsendingaraðili verður að uppfylla. Í fyrsta lagi ber hann þá skyldu að upplýsa viðskiptavin sinn þegar tölvupóstfangs er aflað um að það muni vera nýtt fyrir beina markaðssetningu. Þá verður hann að sjá til þess að viðskiptavinur geti, við skráningu

tölvupóstfangs sem og í hverri útsendingu, andmælt slíkri notkun tölvupóstfangsins með skýrum hætti og honum að kostnaðarlausu. Þetta eru skyldur sem lagðar eru á aðila sem hyggja á markaðssetningu með þessum hætti og eru sjálfstæðar frá þeirri skyldu sem finna má í 37. gr. fjarskiptalaga, enda nær það ákvæði einungis til fjarskiptafyrirtækja. Þannig getur það eitt að tilgreina notkun tölvupóstfangs viðskiptavinar fyrir beina markaðssetningu í almennum skilmálum sem einungis eru birtir á internetinu ekki sjálfkrafa uppfyllt upplýsingaskyldu aðila eða veitingu andmælaréttar notenda tölvupóstfangs samkvæmt 46. gr. laganna.

Aftur á móti geta aðilar nýtt sér almenna skilmála sína m.a. í þeim tilgangi að uppfylla skyldur sínar gagnvart 46. gr. fjarskiptalaga, þ.e. að upplýsa um notkun tölvupóstfangs viðskiptavinar og möguleika hans að frábiðja sig slíkri notkun. Aðili að baki tölvupóstsendingunni þarf að bera sönnunarbyrðina fyrir því að skilyrði 2. mgr. 46. gr. séu uppfyllt og að viðskiptavinur hafi sannanlega verið upplýstur og ekki andmælt notkun tölvupóstfangsins fyrir beina markaðssetningu. Noti útsendingaraðili almenna þjónustuskilmála sína til að uppfylla skilyrði 2. mgr. 46. gr. þurfa skilmálarnir að vera þannig útfærðir að sannanlegt sé að verðandi viðskiptavinur hafi kynnt sér efni þeirra eða að útsendingaraðili megi sannanlega ætla að hann hafi kynnt sér þá, t.a.m. með samþykki viðskiptavinar á að hann hafi kynnt sér efni þeirra. Þá þurfa viðskiptaskilmálar að vera útfærðir með þeim hætti að viðskiptavinur hafi raunverulegt val um að afþakka að tölvupóstfang hans sé notað fyrir beina markaðssetningu, þ.e. að samþykkja ekki slíka notkun þess.

Fjarskipti hf. hafa í máli þessu í fyrsta lagi fullyrt að öllum viðskiptavinum þess séu kynntir skilmálar félagsins þegar þeir ganga í viðskipti við félagið. Er það gegn orðum kvartanda sem fullyrðir á móti að honum hafi aldrei verið kynntir þeir eða hann upplýstur með öðrum hætti um að tölvupóstfang hans yrði notað fyrir beina markaðssetningu. Þannig hafi hann aldrei haft tækifæri til að andmæla slíkri notkun þess.

Í öðru lagi hafa Fjarskipti hf. vísað til þess að skilmálar þess séu birtir á heimasíðu félagsins og með því hafi félagið uppfyllt skyldu sína samkvæmt 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Að mati félagsins hefur kvartandi, með viðskiptum sínum við félagið, undirgengist skilmála þess og því hafi félagið haft heimild til sendingar tölvupósts fyrir beina markaðssetningu. Vísar félagið sérstaklega til ákvæða 9. og 10. gr. almennra skilmála félagsins en ekki er fjallað um mögulega heimild til notkunar tölvupóstfangs fyrir beina markaðssetningu í internetskilmálum þess.

Í tilgreindum ákvæðum skilmálanna segir.

> „9. Vodafone áskilur sér rétt til að vinna úr gögnum um fjarskiptanotkun áskrifanda í því skyni að bjóða honum nýjar áskriftarleiðir, þjónustu eða önnur tilboð til hagsbóta fyrir hann.
>
> 10. Vodafone áskilur sér rétt til þess að hafa samband við viðskiptavini sína í viðskiptalegum tilgangi, óháð skráningu þeirra í símaskrá. Viðskiptavinum er ávallt heimilt að afþakka slík samskipti af hálfu Vodafone.“

Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar geta tilvitnuð ákvæði ekki talist uppfylla skilyrði 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Í fyrsta lagi virðist 9. gr. skilmálanna tengjast vinnslu og meðferð á gögnum um fjarskiptaumferð vegna markaðssetningar á fjarskiptaþjónustu, sbr. 4. mgr. 42. gr. fjarskiptalaga en ekki ákvæði 46. gr. laganna.

Í öðru lagi verður ekki séð að 10. gr. skilmála Fjarskipta hf. uppfylli skilyrði 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Í ákvæði skilmálanna er vísað til þess að félagið áskilji sér rétt til að hafa samband við viðskiptavini sína í *viðskiptalegum* tilgangi. Er hér í besta falli mjög óljóst að samskipti varðandi markaðssetningu á vörum og þjónustu heyri hér undir. Virðist heldur mega ætla að um sé að ræða samskipti er lúta með beinum hætti að þeim viðskiptum sem eru fyrir hendi, t.a.m. í þessu tilfelli sem tengdist notkun kvartanda á viðkomandi tölvupóstfangi. Þá er sérstaklega vísað til þess að félagið áskilji sér rétt til að hafa samband við viðskiptavini sína óháð skráningu þeirra í símaskrá. Verður ákvæðið ekki skilið með öðrum hætti að hér sé átt við svokallaða bannmerkingu, þ.e. að áskrifandi gefi það til kynna með merkingu í símaskrá að hann vilji ekki að símanúmer hans sé notað í tilgangi beinnar markaðssetningar, sbr. 2. mgr. 45. gr. fjarskiptalaga. Bannmerking sem þessi í símaskrá nær eingöngu til þeirra símanúmera sem áskrifandi hefur kosið að láta birtast í gagnagrunni símaskrár, þ.e. í prentuðum og rafrænum símaskrám og upplýsingaþjónustu um símanúmer. Bann þetta skal virt af þeim aðilum sem hyggjast á markaðssetningu í formi símtala, sbr. 5. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Þá er ekki að finna sambærilega undanþágu varðandi símtöl líkt og er í 2. mgr. greinarinnar varðandi tölvupóstsendingar. Geta yfirlýsingar í viðskiptaskilmálum aðila, án upplýsts samþykkis viðskiptavinar, ekki gengið framar slíku banni. Hins vegar hefur Póst- og fjarskiptastofnun litið svo á að aðila verði að vera heimilt að geta náð í viðskiptavin sinn vegna viðskiptalegra hagsmuna en ekki fyrir beina markaðssetningu, sbr. ákvörðun stofnunarinnar nr. 4/2012.

Á grundvelli framangreinds verður ekki talið að ákvæði skilmála Fjarskipta hf. uppfylli skilyrði undanþáguákvæðis 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Hvorki verður séð að skilmálar Fjarskipta hf. séu skýrir um að tölvupóstföng sem viðskiptavinir félagsins nýta sér verði notuð fyrir beina markaðssetningu né að viðskiptavinur hafi haft tækifæri til að frábiðja sig slíkum sendingum með auðveldum hætti.

Að þessari niðurstöðu fenginni er ljóst að ekki er frekari þörf á að skoða hvort að Fjarskipti hf. hafi kynnt kvartanda skilmála sína eða mátt ætla að kvartandi hafi kynnt sér skilmála félagsins, t.a.m. ef viðskiptavinir staðfesta að þeir hafi kynnt sér efni skilmálanna, þar sem skilmálarnir sjálfir uppfylla ekki skilyrði 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Verður hvorki séð af tilvitnuðum ákvæða skilmála Fjarskipta hf. að þau upplýsi með skýrum hætti að tölvupóstfang viðskiptavinar verði nýtt fyrir beina markaðssetningu né að viðskiptavinur geti með auðveldum hætti andmælt slíkri notkun, en verið áfram í viðskiptum við félagið.

Póst- og fjarskiptastofnun áréttar að ef að almennir viðskiptaskilmálar eru nýttir til að uppfylla kröfur annarra ákvæða fjarskiptalaga, svo sem 2. mgr. 46. gr., þar sem auknar kröfur eru gerðar umfram 37. gr. laganna, verður að útfæra þá, bæði framsetningu og staðfestingu viðskiptavinar á þeim, til samræmis við þær auknu kröfur. Þannig getur einföld birting viðskiptaskilmála á netinu, sem eiga að fullnægja slíkum umfram kröfum, ekki talist

nægjanleg til að fullnægja skilyrðum um upplýsingaskyldu og andmælarétt á grundvelli 2. mgr. 46. gr. laganna. Fjarskipti hf. ekki undir höndum samning við kvartanda sem staðfestir annað. Þá hefur félagið ekki sýnt fram að að kvartandi hafi verið upplýstur eða veittur andmælaréttur með öðrum hætti en í gegnum tilvitnuð ákvæði almennra skilmála félagsins. Sönnunarbyrði þess efnis hlýtur ávallt að hvíla hjá ábyrðaraðila tölvupóstsendingarinnar en ekki móttakanda hennar. Verður því ekki fallist á sjónarmið Fjarskipta hf. um að kvartandi beri sönnunarbyrði fyrir því að hafa frábeðið sig sendingum.

Verður því ekki komist að annarri niðurstöðu í máli þessu en að Fjarskipti hf. hafi brotið gegn ákvæði 3. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga með útsendingu tölvupóst fyrir beina markaðssetningu á tölvupóstfang kvartanda, [...][13], þann 13. desember 2013, þar sem hvorki skilyrði 1. mgr. né 2. mgr. 46. gr. voru uppfyllt.

Kvartandi kvartar einnig yfir því að í tölvupóstsendingu Fjarskipta hf. hafi ekki verið möguleiki á að afskrá sig af útsendingarlista félagsins og slíkt fari á bága við ákvæði 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Fjarskipti hf. hafa ekki sett fram sjónarmið varðandi þetta kvörtunarefni í svarbréfum sínum.

Í 2. mgr. greinarinnar er jafnframt kveðið á um skyldu útsendingaraðila að bjóða móttakanda að andmæla notkun tölvupóstfangs síns fyrir beina markaðssetningu í hverri útsendingu. Ekki verður séð að í umþrættri tölvupóstsendingu hafi kvartanda verið gefinn kostur á að andmæla frekari notkun tölvupóstfangs með þessum hætti eða að hægt væri með einföldum hætti að afskrá sig af útsendingarlista félagsins, en telja verður að slíkur möguleiki í tölvupóstsendingu fullnægi skilyrði 2. mgr. 46. gr. laganna. Án nokkurra andmæla af hálfu Fjarskipta hf. verður ekki að öðru komist en að félagið hafi brotið gegn þessu skilyrði 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.

4.3 Tilgreining á sendanda

Í máli þessu er jafnframt tekist á um hvort Fjarskipti hf. hafi brotið gegn 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga þar sem gerð er sú krafa að nafn og heimilisfang aðila, sem sendir út tölvupóst fyrir beina markaðssetningu, komi fram með skýrum hætti í tölvupóstinum.

Á tölvupóstinum sést að sendandi er *Vodafone* og í tölvupóstsendingunni sjálfri kemur nafnið ítrekað fram og að boðið sé á opnunarhátíð í Skútuvogi. Þá er enn fremur að finna, neðst í tölvupóstsendingunni, eins konar undirritun sem segir *„Vodafone á Íslandi, Skútuvogi 2, IS-104 Reykjavík“* sem og að símanúmer í þjónustuveri félagsins er gefið upp.

Kvartandi vísar til þess að ekki er að finna aðila með nafnið *„Vodafone á Íslandi“* í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra og telur hann að slíkt brjóti í bága við framangreinda málsgrein 46. gr. fjarskiptalaga. Ef ekki verði miðað við skráð nafn viðkomandi aðila geti, að mati kvartanda, skapast mjög matskennd túlkun á ákvæðinu. Fjarskipti hf. hafnar að um brot á málsgreininni sé að ræða og telur að það komi skýrlega fram í tölvupóstsendingunni hver standi að baki henni. Félagið sé í almennu tali þekkt sem Vodafone þótt skráð nafn félagsins sé Fjarskipti hf. Þá komi fram heimilisfang þess, póstnúmer og símanúmer.

[13] Fellt út m.t.t. trúnaðar.

Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar verður ekki fallist á sjónarmið kvartanda er kemur að túlkun á 4. mgr. 46. gr. laganna. Ekki er gerð sérstök krafa í ákvæðinu að formleg skráning á heiti aðila í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra sé það nafn sem fram þurfi að koma í tölvupóstsendingum fyrir beina markaðssetningu. Að mati Póst- og fjarskiptastofnunar er slík túlkun of þröng og getur t.a.m. ekki náð yfir öll tilvik er varða möguleg brot gegn ákvæði 46. gr. laganna.

Oft á tíðum standa einstaklingar í atvinnustarfsemi, en ekki skráð félög í fyrirtækjaskrá, að baki tölvupóstsendingum fyrir beina markaðssetningu. Krafa um lögformlegt skráð heiti í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra myndi þannig vera of takmarkandi og ekki ná til aðila sem ekki eru skráðir. Þannig verður með engum hætti hægt að túlka ákvæði fjarskiptalaga með þeim hætti að krafa sé gerð til að slíkir aðilar skrái sig í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra svo þeir geti stundað markaðssetningu á grundvelli 46. gr. þeirra. Slíkt væri alltof íþyngjandi og myndi í raun útiloka aðila sem þar eru ekki skráðir til að nota þennan möguleika í markaðssetningu á vöru sinni eða þjónustu. Slíkar skorður og óraunhæfar kröfur gætu, að mati Póst- og fjarskiptastofnunar, varðað stjórnarskrárbundið frelsi aðila til að stunda þá atvinnu sem þeir kjósa, sbr. 75. gr. stjórnarskrár lýðveldisins Íslands, nr. 33/1944.

Þá verður að veita aðilum, hvort sem er skráðum lögaðilum eða öðrum, frelsi til að markaðssetja starfsemi sína eða vörur með þeim hætti sem þeir kjósa. Ákvæði 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga getur ekki komið í veg fyrir að aðilar bjóði vörur sínar eða þjónustu undir öðru nafni en lögformleg skráning þess er, sé slík skráning fyrir hendi. Þá verður jafnframt að hafa í huga að vörumerki viðkomandi félags getur verið mjög verðmætt fyrir félagið og jafnvel mun þekktara en skráð heiti þess eins og telja verður að eigi við um vörumerki Fjarskipta hf. í þessu tilviki. Er óeðlilegt að mati Póst- og fjarskipstofnunar að leggja þann skilning í ákvæðið að eigendur vörumerkis gætu ekki nýtt sér það í markaðsherferðum með útsendingu tölvupósta og yrðu að senda út undir öðru nafni, þ.e. skráðu nafni, en hinu þekkta vörumerki. Slíkt verður jafnframt að teljast afar óheppilegt t.a.m. við eigendaskipti á umræddu vörumerki.

Þótt vissulega væri skýrara að hvort tveggja hið þekkta vörumerki og hið lögformlega skráða nafn, þegar við á, kæmi fram í tölvupóstsendingunni er það mat Póst- og fjarskiptastofnunar að þótt hið síðarnefnda skorti geti það ekki talist vera brot á ákvæði 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga. Póst- og fjarskiptastofnun hafnar því kröfu kvartanda um að Fjarskipti hf. hafi brotið gegn ákvæði 4. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.

4.4 Jafnræðis- og meðalhófsregla og stjórnsýsluréttarins

Í bréfi Fjarskipta hf., dags. 24. október 2014, vísar félagið til þess að mikilvægt sé að Póst- og fjarskiptastofnun fylgi ákvæðum stjórnsýslulaga um meðhóf og jafnræði. Eru þessar sjálfsögðu kröfur á hendur hverju stjórnvaldi hér í landi, sem tekur ákvarðanir um rétt eða skildu aðila, ekki rökstuddar frekar í bréfi félagsins og með öllu óljóst við hvað félagið á.

Póst- og fjarskiptastofnun getur þó ekki séð að það brjóti í bága við jafnræðisreglu 11. gr. eða meðalhófsreglu 12. gr. stjórnsýslulaga, nr. 37/1993, að stofnunin komist að þeirri niðurstöðu í ákvörðun þessari að umrædd tölvupóstsending á tölvupóstfang kvartanda hafi brotið gegn ákvæði 46. gr. fjarskiptalaga. Skilyrði 2. mgr. 46. gr. ná jafnt til allra aðila er stunda

markaðsstarfsemi á grundvelli tölvupóstfangs viðskiptavinar, hvort sem um fjarskiptafyrirtæki, annað fyrirtæki eða einstakling er að ræða. Verður ekki séð að lagalegt ójafnræði sé til staðar eða verði skapað með þessari niðurstöðu stofnunarinnar. Aftur á móti má segja að ójafnræði myndi skapast ef fjarskiptafyrirtæki gætu uppfyllt skilyrði og skyldur ákvæðisins á grundvelli vægara ákvæðis 37. gr. fjarskiptalaga, þ.e. með því einu að birta skilmála sína á heimasíðu sinni án þess að tryggja með sannanlegum hætti að viðskiptavinur hafi verið upplýstur og notið andmælaréttar samkvæmt 2. mgr. 46. gr. laganna.

Hvað varðar meðalhóf vísar Póst- og fjarskiptastofnun til þess að með ákvörðun þessari er stofnunin einungis að túlka ákvæði fjarskiptalaga sem í gildi hefur verið hér á landi frá árinu 2003. Skilyrði ákvæðisins eru skýr og það að Fjarskipti hf. hafi ekki uppfyllt þau í þessu tilviki getur það ekki leitt til þess að stofnunin sé að brjóta gegn meðalhófsreglu stjórnsýsluréttarins. Að mati stofnunarinnar er ekki verið að leggja skyldur á félagið eða aðra aðila sem standa að baki markaðsstarfsemi sem þessari umfram það sem leiðir af ákvæðum fjarskiptalaga og tilskipana Evrópusambandsins á þessu sviði. Þá vísar Póst- og fjarskiptastofnun til ákvörðunar sinnar nr. 1/2014, sem staðfest var af úrskurðarnefnd fjarskipta og póstmála í máli nr. 3/2014, um að það eitt að túlka ákvæði fjarskiptalaga, sem falla undir eftirlitsvald stofnunar, með öðrum hætti en að Fjarskipti hf., og mögulega aðrir aðilar á markaði gera, geti ekki falið í sér brot á meðalhófsreglu 12. gr. stjórnsýslulaga.

Póst- og fjarskiptastofnun hafnar því alfarið að niðurstaða hennar í máli þessu geti talist fara gegn ákvæðum stjórnsýslulaga nr. 37/1993.

Á k v ö r ð u n a r o r ð

Fjarskipti hf. braut gegn ákvæði 3. mgr. 46. gr. laga, nr. 81/2003, um fjarskipti þegar það sendi tölvupóst fyrir beina markaðssetningu á netfang [...][14], [...][15], þann 13. desember 2013, með því að:

1) hafa ekki aflað fyrirfram samþykkis fyrir tölvupóstsendingunni í samræmi við 1. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.

2) upplýsa hann ekki um fyrirhugaða notkun tölvupóstfangsins fyrir beina markaðssetningu við skráningu þess eða veita honum tækifæri á að andmæla slíkri notkun þess í samræmi við 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.

3) veita honum ekki tækifæri til að andmæla áframhaldandi notkun tölvupóstfangs hans fyrir beina markaðssetningu í tölvupóstsendingu félagsins þann 13. desember 2013 í samræmi við 2. mgr. 46. gr. fjarskiptalaga.

[14] Fellt út m.t.t. trúnaðar.
[15] Fellt út m.t.t. trúnaðar.

Fjarskipti hf. braut ekki gegn ákvæði 4. mgr. 46. gr. laga, nr. 81/2003, um fjarskipti þegar það sendi tölvupóst fyrir beina markaðssetningu á netfang [...][16], [...][17], þann 13. apríl 2013, með því að veita upplýsingar um vörumerki í stað skráðs nafns félagsins í fyrirtækjaskrá Ríkisskattstjóra.

Ákvörðun þessi er kæranleg til úrskurðarnefndar fjarskipta- og póstmála og skal kæran berast úrskurðarnefnd innan fjögurra vikna frá því viðkomandi varð kunnugt um ákvörðun Póst- og fjarskiptastofnunar sbr. 13. gr. laga, nr. 69/2003, um Póst- og fjarskiptastofnun og 5. gr. reglugerðar um úrskurðarnefnd fjarskipta- og póstmála. Málskotsgjald fjarskiptafyrirtækis og/eða póstrekanda til úrskurðarnefndar er fjárhæð 150.000 kr., sbr. 6. gr. framangreindrar reglugerðar.

Reykjavík, 17. mars 2015

Hrafnkell V. Gíslason, forstjóri

Unnur Kr. Sveinbjarnardóttir

[16] Fellt út m.t.t. trúnaðar.
[17] Fellt út m.t.t. trúnaðar.