



Forbrugerombudsmanden politianmelder virksomhed for uberettiget brug af velkendte varemærker



Annemette Ellermann
Partner, Head of Litigation & regulatory



Anette Moll Berg
Partner



Pernille Fagerberg
Advokat

Forbrugerombudsmanden politianmelder virksomhed for uberettiget at bruge andre virksomheders velkendte varemærker og forretningskendetegn i konkurrencer på sociale medier med det formål at få danske forbrugere til at give samtykke til at modtage markedsføring.

Forbrugerombudsmanden har politianmeldt den tyske virksomhed Toleadoo for uberettiget at have anvendt Rema 1000, BabySam, Netto og Powers varemærker i konkurrencer rettet mod danske forbrugere på Facebook og Snapchat.

Toleadoo er en leadvirksomhed, hvis primære aktivitet er at indsamle forbrugeres samtykke til markedsføring og derefter videresælge forbrugeres samtykke til virksomheder i Danmark og udlandet. Med det formål at

indsamle samtykker fra danske forbrugere havde Toleadoo i 2020 benyttet en række annoncer for konkurrencer på Facebook og Snapchat, hvor deltagelsen i konkurrencerne var betinget af, at deltageren afgav samtykke til at modtage markedsføring fra en lang række virksomheder. Toleadoo havde designet konkurrencerne, så det så ud som om, at det var Rema 1000, BabySam, Netto og Power, der stod bag konkurrencerne ved at vise disse virksomheders varemærker i annoncerne.

Krænkelse og misbrug af varemærker og forretningskendetegn

Toleadoo krænkede de fire virksomheders velkendte varemærker, fordi varemærkerne blev brugt til markedsføring af konkurrencerne, uden at virksomhederne havde givet samtykke dertil.

Derudover blev de velkendte varemærker misbrugt med det formål at få forbrugere til at give deres samtykke til at modtage markedsføring per e-mail, SMS og telefon. Uden forbrugeres samtykke ville en sådan markedsføring stride mod spamforbuddet i markedsføringsloven. Samtykkerne havde derfor en selvstændig værdi for de virksomheder, som siden købte samtykkerne af Toleadoo,

Forbrugerne blev vildledt

For at tiltrække forbrugernes opmærksomhed og for lettere at få samtykker, havde Toleadoo benyttet forskellige midler. Efter Forbrugerombudsmandens opfattelse overtrådte den tyske virksomhed EU-reglerne om urimelig handelspraksis ved:

- at give forbrugerne det urigtige indtryk, at konkurrencerne blev udbudt af Rema 1000, Netto, Power og Babysam,
- at give forbrugerne det urigtige indtryk, at forbrugerne alene gav sine personlige data til de fire virksomheder, og at det kun var disse og deres samarbejdspartnere, som ville rette henvendelse til forbrugerne med markedsføring,
- at give forbrugerne det urigtige indtryk, at forbrugerne alene skulle indtaste personlige oplysninger for at oplyse, hvor forbrugerne ville have sendt præmien hen,
- at give forbrugerne det urigtige indtryk, at konkurrencerne kun varede nogle få dage, og at forbrugerne derfor skulle skynde sig at deltage,
- at vise billeder af og navne på personer, der tidligere skulle have vundet i konkurrencer, selvom disse personer var "falske profiler".

Indhentning af samtykke til markedsføring

Det er lovligt at belønne en forbruger, der giver samtykke til at modtage markedsføring, med et lod i en konkurrence, hvis det er tydeligt for forbrugeren, at denne ikke kun deltager i en konkurrence, men samtidig også giver sit samtykke til at modtage markedsføring.

Det primære formål med Toleadoo's konkurrencer var dog at indhente forbrugeres personlige data og samtykke til at modtage markedsføring fra et stort antal virksomheder for herefter at anvende og videresælge både data og samtykke. Dette er ikke lovligt.

Forbrugerombudsmanden vurderede, at de samtykker fra forbrugere, som Toleadoo forsøgte at indhente via konkurrencerne ikke, lovligt kunne anvendes af de virksomheder, der siden havde købt samtykkerne, dvs. til at kontakte forbrugerne, da deres deltagelse i konkurrencerne ikke var et udtryk for, at de havde accepteret at blive kontaktet via SMS, e-mail eller telefon.

Andre varemærkekrænkelser i konkurrencer

I 2014 afsagde Højesteret dom i en sag vedrørende en lead-virksomhed, der annoncerede for en konkurrence, hvor forbrugerne kunne vinde en middag på "verdens bedste restaurant Noma". Højesteret fandt, at Nomas forretningskendetegn var blevet krænket ved annonceringen efter reglerne i markedsføringsloven. Det er således ikke noget nyt, at velkendte varemærker misbruges som blikfang for at tiltrække forbrugere til at deltage i konkurrencer.

DLA Piper bemærker

Annoncører kan have interesse i at anvende andre virksomheders (velkendte) varemærker og forretningskendetegn som blikfang for at tiltrække sig forbrugernes opmærksomhed.

Noma-dommen og denne sag fra Forbrugerombudsmanden viser, at man som annoncør skal sikre sig samtykke, før man bruger andres varemærker i sin egen markedsføring. Det gælder ikke mindst samtykker til brugen af velkendte varemærker, der har en stor selvstændig brandværdi, og vil kunne udløse større erstatningskrav, hvis de krænkes.

Som varemærkeindehaver bør virksomheder løbende monitorere, hvordan ens varemærker bruges af andre virksomheder i markedet, og tjekke op på, om varemærkerne fremgår eller sættes i forbindelse med ting, der er eller potentielt kan være krænkende.

Som virksomhed skal du være opmærksom på, hvordan du lovligt indhenter personers kontaktoplysninger og bruger disse til f.eks. at sende markedsføring ud. Hvis du indhenter samtykke hos en person til markedsføring og dette sker i forbindelse med en konkurrence, er det vigtigt, at dine konkurrencevilkår er opdaterede.

DLA Pipers erfarne team inden for IP- og markedsføringsret står til rådighed med rådgivning og sparring i forhold til dine overvejelser om, hvordan du beskytter din virksomheds kendetegn bedst muligt, sikrer at andre virksomheder ikke krænker dine forretningskendetegn, og hvordan du lovligt indhenter samtykke til markedsføring.