

BRUUN & HJEJLE

Folkehøjskolernes Forening i Danmark
Nytorv 7
1450 København K

Kai Michelsen
Advokat
Tlf 33 34 52 16
kmi@bruunhjeje.dk

Højskolers markedsføring

5. oktober 2011

Folkehøjskolernes Forening i Danmark har bedt mig vurdere, om en højskole uopfordret må udsende markedsføringsmateriale til personer, der tidligere har henvendt sig til skolen.

Ref 7400059
Dok 974899

Konklusionen på spørgsmålet er, at markedsføringsmateriale om ydelser, hvis hovedsigte er livsoplysning, folkelig oplysning og demokratisk dannelse, efter min vurdering frit må udsendes gennem e-mail, sms, telefax, breve/kataloger og telefonisk.

Udsendelse af materiale om kommercielle ydelser skal overholde markedsføringslovens regler, herunder reglerne om uanmodet henvendelse.

Konklusionen uddybes nedenfor.

1. Markedsføringslovens anvendelsesområde

Markedsføringslovens § 2 fastlægger, hvilke virksomheder der er omfattet af loven. § 2, stk. 1, lyder således:

”Loven finder anvendelse på privat erhvervsvirksomhed samt på offentlig virksomhed, i det omfang der udbydes varer og tjenesteydelser på markedet.”

I forarbejderne til bestemmelsen anføres det om begrebet ”privat erhvervsvirksomhed”:

BRUUN & HJEJLE

”Handlingerne, der foretages i humanitær, politisk eller religiøs sammenhæng, er kun omfattet, såfremt de kan siges at være udslag af erhvervsvirksomhed. Dette indebærer bl.a. at almennyttige foreningers hvervning af medlemmer og politiske aktiviteter ikke er omfattet af lovens anvendelsesområde, mens mere erhvervsmæssige aktiviteter, som en forening udfører, falder ind under lovens anvendelsesområde. Det kan fx være tilfældet, hvis en forening driver forlagsvirksomhed, arrangerer medlemsrejser, driver butikker etc.”

Forbrugerombudsmanden har i en sag fra 2007, journalnummer 1100/5-869, udtalt sig om afgrænsningen mellem erhvervsmæssige og ikke-erhvervsmæssige aktiviteter.

Sagen drejede sig om en højskole, der havde annonceret med, at eleverne ville få en Macbook, som efter kurset kunne købes til næsten halv pris. Det anføres i sagsresuméet:

”Forbrugerombudsmanden bemærkede indledningsvis i sit brev, at i det omfang en højskoles hvervning af nye elever ikke var baseret på mere traditionelle argumenter om folkeoplysning, livsoplysning og demokratisk dannelse, men (også) baserede sig på kommercielle argumenter, ville de pågældende elementer i kampagnen efter omstændighederne kunne bevirke, at kampagnen eller elementer i denne var omfattet af markedsføringsloven.” (Forbrugerombudsmandens udtalelse vedlægges)

I sagen var det således alene det kommercielle element i form af tilbud om køb af en Macbook, der medførte, at markedsføringsloven fandt anvendelse.

Det kan på denne baggrund konkluderes, at en højskoles markedsføring alene vil være omfattet af markedsføringsloven, hvis der er tale om markedsføring af kommercielle ydelser.

2. Ikke-kommercielle ydelser

I lov om frie kostskoler og i bekendtgørelsen om tilskud til frie kostskoler (tilskudsbekendtgørelsen) er der fastsat betingelser for tilskud højskolerne. Det følger af lovens § 1, stk. 1, at loven og tilskudsbekendtgørelsen alene omfatter højskoler, der tilbyder undervisning og samvær på kurser, hvis hovedsigte er livsoplysning, folkelig oplysning og demokratisk dannelse.

Hvis et kursus er tilskudsberettiget, er kursets hovedsigte således livsoplysning, folkelig oplysning og demokratisk dannelse. Der er per definition tale om en ikke-kommerciel ydelse. En højskoles hervedning af nye elever baseret på indholdet af det tilskudsberettigede kursus vil således ikke være omfattet af markedsføringsloven.

Det følger af tilskudsbekendtgørelsens kapitel 5, at en forudsætning for, at et kursus er tilskudsberettiget, bl.a. er, at kurserne er af en bestemt varighed, og at kurserne gennemføres med et flertal af danske statsborgere.

Anses et kursus på denne baggrund ikke at være tilskudsberettiget, f.eks. fordi kurset ikke lever op til tilskudsbekendtgørelsens krav om varighed eller flertal af danske statsborgere, er det ikke givet, at hervedning af nye elever til disse kurser vil være omfattet af markedsføringsloven. Er kursets hovedsigte fortsat livsoplysning, folkelig oplysning og demokratisk dannelse, er der tale om en ikke-kommerciel ydelse, uanset at det ikke måtte være tilskudsberettiget.

Materiale om ikke-kommercielle ydelser, hvis hovedsigte er livsoplysning, folkelig oplysning og demokratisk dannelse, kan således frit udsendes gennem e-mail, sms, telefax, breve/kataloger og telefonisk.

3. Kommercielle ydelser

Er et ikke-tilskudsberettiget kursus og øvrige ydelser af mere kommerciel karakter, f.eks. kurser med et erhvervmæssigt sigte, eller udlejning af skolens faciliteter til erhvervmæssige formål, familiefester og lignende,

BRUUN & HJEJLE

vil der ikke være tale om en aktivitet til livsoplysning, folkelig oplysning og demokratisk dannelse. Markedsføring af sådanne kommercielle ydelser anses som "privat erhvervsvirksomhed" og vil således være omfattet af markedsføringsloven.

Markedsføringsloven

At en højskole er omfattet af markedsføringsloven betyder bl.a., at højskolen skal udvise god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1, stk. 1. Folkehøjskolernes Forening i Danmark har i denne sag specifikt bedt mig vurdere, om en højskole uopfordret må udsende markedsføringsmateriale. I denne sammenhæng er markedsføringslovens § 6 om uanmodet henvendelse relevant.

E-mail, sms og telefax

Efter markedsføringslovens § 6, stk. 1, er udgangspunktet, at en højskole ikke må rette henvendelse til fysiske personer eller virksomheder ved hjælp af elektronisk post (e-mail og sms) eller telefax med henblik på afsætning af kommercielle ydelser, medmindre personen eller virksomheden forudgående har anmodet om det.

En højskole, der i forbindelse med f.eks. en tidligere udlejning af skolens faciliteter har modtaget kundens elektroniske adresse, kan imidlertid efter § 6, stk. 2, markedsføre egne tilsvarende ydelser via elektronisk post (e-mail og sms). Kunden skal dog have mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til højskolen og ved efterfølgende henvendelser.

Brev/katalog

- a) I forhold til virksomheder kan en højskole udsende almindelige breve/kataloger med henblik på afsætning af kommercielle ydelser, f.eks. udlejning af skolens faciliteter.

BRUUN & HJEJLE

- b) I forhold til fysiske personer kan en højskole ligeledes som udgangspunkt udsende almindelige breve/kataloger med henblik på afsætning af kommercielle ydelser, f.eks. udlejning af skolens faciliteter.

Dette gælder dog ikke, hvis den pågældende over for højskolen har frabedt sig dette, hvis det fremgår af en fortegnelse, som udarbejdes af CPR hvert kvartal, at den pågældende har frabedt sig henvendelser, eller hvis højskolen ved henvendelse til CPR er blevet bekendt med, at den pågældende har frabedt sig sådanne henvendelser.

Første gang højskolen henvender sig til en person, der ikke er anført i fortegnelsen fra CPR, skal den tydeligt og på en forståelig måde oplyse om retten til og give adgang til at frabede sig sådanne henvendelser, jf. markedsføringslovens § 6, stk. 5.

Telefon

- a) I forhold til virksomheder kan en højskole henvende sig telefonisk med henblik på afsætning af kommercielle ydelser, f.eks. udlejning af skolens faciliteter.
- b) I forhold til fysiske personer, der ikke er forbrugere, kan en højskole ligeledes som udgangspunkt henvende sig telefonisk med henblik på afsætning af kommercielle ydelser, f.eks. udlejning af skolens faciliteter.

Dette gælder dog ikke, hvis den pågældende over for højskolen har frabedt sig dette, hvis det fremgår af en fortegnelse, som udarbejdes af CPR hvert kvartal, at den pågældende har frabedt sig henvendelser, eller hvis højskolen ved henvendelse til CPR er blevet bekendt med, at den pågældende har frabedt sig sådanne henvendelser.

BRUUN & HJEJLE

Første gang højskolen henvender sig til en person, der ikke er anført i fortegnelsen fra CPR, skal den tydeligt og på en forståelig måde oplyse om retten til og give adgang til at frabede sig sådanne henvendelser, jf. markedsføringslovens § 6, stk. 5.

- c) I forhold til fysiske personer, der er forbrugere, følger det af forbrugeraftalelovens § 6, at en højskole alene må kontakte dem telefonisk med henblik på afsætning af kommercielle ydelser, hvis forbrugeren har anmodet om det.

Med venlig hilsen

Kai Michelsen

