

Til Erhvervsministeriet

Sendt til: Philip Halberg Nielsen (Phhani@em.dk) og Kirstine Rødsgaard Madsen (KRM@kfst.dk)

7. januar 2021

## → Hørings svar til COM(2020) 842 final - Digital Markets Act

Danske Medier repræsenterer størstedelen af private danske medievirksomheder og takker for Erhvervsministeriets invitation til at afgive høringssvar vedr. EU-Kommissionens forslag til Digital Markets Act - COM(2020) 842. Med forbehold for, at der kun har været kort tid over jul og nytår til at forholde sig til teksten, vil Danske Medier gerne udtrykke en stor opbakning til intentionerne bag Kommissionens forslag samt bidrage med foreningens umiddelbare kommentarer til en række områder af særlig interesse for mediebranchen.

En ny regulering af det digitale marked bør sikre fair konkurrence og beskyttelse af de mange mindre aktører mod store dominerende aktører (gatekeepers) samt fremme af europæisk digital innovation, økonomisk vækst og beskæftigelse. På det grundlag har Danske Medier en række kommentarer til forslaget for udformning af Digital Markets Act, der kort kan sammenfattes til følgende:

1. Danske Medier kan tilslutte sig EU-Kommissionens beskrivelse af problemstillinger i det digitale marked og den foreslåede tilgang til at udbedre situationen ved at fokusere på gatekeepers og kerneplatformstjenester.
2. Det er i den forbindelse afgørende, at alle forpligtelser jf. artikel 5 og 6 opretholdes i de videre forhandlinger.
3. Der er ligeledes meget vigtigt, at det er Kommissionen, der skal føre tilsyn med overholdelse af forordningen i stedet for de enkelte medlemslande.
4. Forordningen bør imidlertid ikke begrænse medlemslande fra at indføre yderligere restriktioner, såfremt det vurderes nødvendigt og ikke kan afvente en EU-løsning.
5. Der bør tilføjes bestemmelser, der sikrer grupper af aktører (herunder publicistiske medier) ret til kollektivt at forhandle vilkår med gatekeepere for brug af indhold og afledte data.

### Problemstilling og tilgang

Danske Medier kan tilslutte sig Kommissionens opfattelse af udviklingen i det digitale marked, kendetegnet ved at få meget store platforme har indtaget strategisk afgørende positioner og agerer som *gatekeeper*<sup>1</sup> i kraft af deres volumen, omfangsrige datamængder og mulighed for at kontrollere markedet og reelt hindre tilgang af konkurrerende aktører.

Som konsekvens heraf er markedssituationen præget af mangel på konkurrence, lavere kvalitet, færre valgmuligheder og lavere innovation, der i sidste ende er til skade for forbrugere, beskæftigelse, innovation og samfundsøkonomi.

---

<sup>1</sup> "Gatekeeper" defineres i COM(2020) 482 Artikel 2 og 3.

Danske Medier deler ligeledes Kommissionen opfattelse af, at det i første omgang er afgørende at sætte ind med regulering af *kerneplatformstjenester*<sup>2</sup>, der omfatter: (i) online formidlingstjenester (inkl. handelspladser og app stores) (ii) online søgemaskiner, (iii) sociale netværk (iv) videodelingsplatforme, (v) beskedtjenester, (vi) operativsystemer, (vii) cloudtjenester og (viii) annoncetjenester, der er knyttet til de allerede nævnte tjenester.

Ud fra et mediemæssigt perspektiv bør det bemærkes, at alle de nævnte kerneplatformstjenester har meget stor indflydelse på publicistiske mediers muligheder for at kunne varetage deres funktion i et demokratisk samfund og drive forretning på fair markedsvilkår.

### **Forpligtelser**

Danske Medier bakke op om alle de forpligtelser for gatekeepere, som Kommissionen foreslår i Artikel 5 og 6 med henblik på at forebygge misbrug af dominerende markedsposition i det digitale marked, der omskrevet til kort form omfatter:

#### Artikel 5: Forpligtelser for gatekeepere

- a) Ikke at samkøre persondata på tværs af egne eller andres tjenester uden brugerens samtykke.
- b) Ikke at afholde erhvervskunder fra at udbyde deres ydelser via andre intermediaries på andre vilkår.
- c) Tillade, at erhvervskunder kan optage kunder uden for en gatekeepers platform, men levere ydelser via denne.
- d) Ikke at afgrænse erhvervskunder fra at gøre juridiske tiltag mod gatekeeperen.
- e) Ikke at tvinge erhvervskunder til at anvende en særlig ID-tjeneste.
- f) Ikke at tvangskoble tjenester.
- g) Oplyse annoncører og udgivere om betaling fra annoncører og udgivere for annoncetjenesteydelser og hvad der er betalt til udgivere for at vise en given annonce fra hver af gatekeepers annoncetjenester.

#### Artikel 6: Forpligtelser for gatekeepere som er åbne for nærmere specifikation

- a) Undlade at bruge data, som ikke er offentlige, fra erhvervskunders aktivitet til at konkurrere med dem.
- b) Tillade, at præinstalleret non-essentiell software kan fjernes.
- c) Tillade installation og brug af tredjepartsapplikationer og app stores.
- d) Ikke favorisere egne tjenester i ranking eller fremtræden i andre af gatekeepers tjenester.
- e) Ikke afholde brugere fra at anvende tjenester herunder internetudbydere.
- f) Tilbyde interoperabilitet med operativsystem og software til andre leverandører.
- g) Give annoncører og udgivere fri adgang til målesystemer og nødvendig information til at verificere annonceplads.
- h) Tilbyde effektiv dataportabilitet og fortsat real-time adgang hertil.

---

<sup>2</sup> "Core platform service" defineres i COM(2020) 482 Artikel 2.

- i) Give erhvervs kunder fri real-time adgang til de data, der er genereret af deres brug af gatekeepers tjenester.
- j) Give konkurrerende søgetjenester adgang til slutbrugeres søgedata på rimelige vilkår.

Danske Medier vil i dette hørings svar afstå fra at uddybe betydningen og formålet med hvert enkelt punkt, hvilket vil blive for omfangsrigt og ikke er muligt inden for den givne svarfrist. Det centrale er, at der sættes ind over for at gatekeepere ukontrolleret indsamler kunde- og brugerdata på tværs af tjenester til at konkurrere direkte eller indirekte mod virksomheder, uden at disse selv har indsigt i samme data.

Derfor er det helt essentielt, at virksomheder garanteres indsigt alle i de oplysninger, som gatekeepere indsamler om deres tjenester og brugere og sikres mulighed for at operere frit på andre konkurrerende platforme. Desuden er det afgørende at give konkurrerende søgetjenester adgang til slutbrugeres søgedata, så flere søgeudbydere har mulighed for at komme ind på markedet til gavn for forbrugere og erhverv.

Det skal understreges, at samtlige punkter i artikel 5 og 6 har stor betydning for at rette op på områder, hvor gatekeepere kan eller allerede aktivt udnytter deres positioner til skade for konkurrencen i markedet, og at alle punkter derfor bør fastholdes i de videre forhandlinger.

### **Artikel 6**

I skrivende stund er det fortsat uklart, hvad konsekvenserne i praksis vil være af, at forpligtelserne i artikel 6 "er åbne for nærmere specifikation". Umiddelbart finder Danske Medier, at det ville være mere hensigtsmæssigt, hvis disse punkter blev faste betingelser som i artikel 5. På den anden side kan en vis fremtidig fleksibilitet vise sig hensigtsmæssig i betragtning af, hvor hurtigt det digitale marked kan udvikle sig. Rent principielt vækker det dog bekymring, hvis forordningen giver Kommissionen bemyndigelse til at indføre ad hoc regulering, som normalt ikke ville accepteres i anden sammenhæng.

### **Tilsyn**

Det er meget positivt, at det er EU-Kommissionen, der skal føre tilsyn med overholdelse af forordningen i stedet for de enkelte medlemslande. På andre lovgivningsområder, har det vist sig stærkt konkurrenceforvridende, at meget store onlineplatforme kan vælge deres nationale tilhørsforhold inden for EU alt efter, hvor de tilbydes den mest lempelige tolkning og håndhævelse af regler. Samtidig udgør tilsynet med meget store onlineplatforme et urimeligt stort pres på en enkelt myndigheds ofte begrænsede ressourcer som følge af sagernes kompleksitet og omfang. Begge dele kan afhjælpes ved, at meget store onlineplatforme i stedet underlægges en fælles EU-tilsynsmyndighed. Danske Medier kan derfor tilslutte sig, at gatekeepers alene skal være underlagt Kommissionens tilsyn på området i stedet for nationale myndigheder. Det samme burde gøre sig gældende ift. Digital Services Act og GDPR.

### **Mulighed for national regulering**

Forslaget indeholder en begrænsning af, at EU-medlemslande selv kan indføre yderligere nationale tiltag mod gatekeepere, der ikke udspringer af EU-lovgivning. Formålet er at sikre en harmonisering af det digitale marked, hvilket letter arbejdet for en masse myndigheder og virksomheder. Ulempen er

imidlertid, at hvis de EU-regler, som man i sidste ende når et kompromis omkring, viser sig at være utilstrækkelige, så er Danmark og andre lande afskåret fra at indføre egne regler på området. Derfor anbefaler Danske Medier, at Digital Markets Act indføres som en minimums-regulering, der efterlader et nationalt råderum for fastsættelse af særregler.

### **Fair forhandlingsvilkår med gatekeepere**

Danske Medier opfordrer til, at der indføres en obligatorisk forhandlingsordning i Digital Markets Act, som forpligter gatekeepere til at indgå i reelle forhandlinger med grupper af aktører herunder udgivere af pressepublikationer, når gatekeepere ønsker at anvende deres indhold og afledte data. En sådan ordning kunne være i tråd med det udkast til lovforslag om ændring af den australske konkurrence- og forbrugerlov, der har til formål at imødegå den fundamentale ubalance mellem nyhedsmediernes og platformenes forhandlingskraft.

EU har forsøgt at imødegå den fundamentale skævhed mellem nyhedsmediernes og gatekeeperes forhandlingskraft ved at introducere den nye beskyttelse af "pressepublikationer med henblik på online-anvendelse" i EU-direktiv 2019/790 om ophavsret m.v. på det digitale indre marked. Imidlertid har gatekeepere ind til videre uvist en stor modvilje til at indgå i sådanne forhandlinger.

Frankrig har som det første medlemsland gennemført EU-direktivets "publisher's right". Den franske lov trådte i kraft 24. oktober 2019, men allerede 25. september 2019 meddelte Google Frankrig på sin blog, at man ville fjerne alle relevante dele af nyhedsmediernes indhold fra deres tjenester, medmindre udgiverne selv udtrykte ønske om og tog skridt til, at deres indhold fortsat skulle være tilgængeligt.

I Australien har man erkendt, at problemet med techgiganternes udnyttelse af mediernes indhold må løses gennem konkurrenceretten snarere end immaterialretten. Lovforslaget, der p.t. behandles i det australske parlament, skal sikre, at medievirksomhederne modtager et rimeligt vederlag for platformenes udnyttelse af deres indhold. Den foreslåede obligatoriske forhandlingsordning fastlægger derfor nogle spilleregler for forhandlinger om betaling for platformenes udnyttelse af mediernes indhold. Også her har Google og Facebook reageret med trusler om at fjerne medieindhold fra deres tjenester.

Som ovenstående viser, er gatekeepere parate til at gå meget langt for at undgå den tilsigtede betaling for udnyttelse af mediernes indhold, og at rettigheden skal bakkes op af konkurrenceretlige regler for at få reel betydning. Det er derfor Danske Mediers vurdering, at en obligatorisk forhandlingsordning kan medvirke til at sikre, at den nye publisher's right får den tilsigtede effekt. Samme tilgang kan gavne mange øvrige brancher og konkurrencen i det digitale marked til fordel for forbrugere og den europæiske økonomi.

Med venlig hilsen

**Danske Medier:**

For spørgsmål til høringsvaret kontakt: Allan Sørensen: [as@danskemedier.dk](mailto:as@danskemedier.dk)