

Notat:

Regeringens initiativer til techgiganter og sociale medier

16. august 2021

Regeringen har d. 15. august [fremsat to udspil](#) med 35 initiativer herunder krav til både techgiganter og sociale medier, der har til formål at tage kampen op med unfair konkurrence og manglende forbrugersikkerhed hos techgiganterne og skærpe kampen mod ulovligt indhold på sociale medier samt styrke den digitale dannelse af børn og unge.

Som en del af forslagene foreslås krav om, at ulovligt indhold skal fjernes fra sociale medier inden for 24 timer (7 dage ved tvivl), samt et forbud mod at markedsføre produkter, som er skadelige, herunder produkter som vurderes fysisk eller mentalt skadelige for børn og unge under 18 år.

Danske Medier mener, at der bør være klare undtagelser for presseudgiveres indhold på sociale medier, der i forvejen er reguleret af det medieretlige ansvarssystem, samt at regulering kun skal berøre "ulovligt" og ikke "skadeligt" indhold, som i praksis er meget svært at afgrænse.

Danske Medier mener desuden at en eventuel skærpelse af reglerne for markedsføring til børn, skal være klar og afgrænset mod præcise produkter og ikke åbne mulighed for at myndigheder løbende kan tage stilling til, hvad der vurderes kunne være skadelige eller uegnede for børn og unge under 18 år.

Yderligere kommentarer til de enkelte initiativforslag:

Sociale medier

1. Ulovligt indhold skal som udgangspunkt fjernes eller blokeres inden for 24 timer (7 dage ved tvivl), efter platformen har modtaget en indberetning fra en bruger. Der skal være mulighed for at klage til platformen over en beslutning om at fjerne eller ikke fjerne indholdet.

Kommentar: Det er vigtigt, at der fokuseres på "ulovligt" og ikke "skadeligt" indhold, som er meget sværere at afgrænse. Det kan i forvejen blive svært nok at komme frem til, hvordan platforme skal kunne afgøre, om indhold er "ulovligt" eller ej. Forslaget kan potentielt få negativ betydning for journalistiske medier, hvis deres opslag bliver indberettet som "ulovligt", hvis nogen er uenig i en artikels indhold eller vinkel og/eller blot ønsker at generere en presseudgiver. Man kan frygte at den korte tidsfrist og potentielle store bøder vil betyde, at platformen vælger at fjerne journalistisk indhold ind til de har haft mulighed for at undersøge, om der er tale om ulovligt indhold eller ej. Det er positivt, at der er mulighed for at klage, hvis man uretmæssigt har fået fjernet sit indhold, men det kan være en unødigt tids- og ressourcekrævende proces, hvis medier hele tiden skal igennem klagesager over deres indhold. Der bør derfor være klare undtagelser for presseudgiveres indhold, der i forvejen er reguleret af det medieretlige ansvarssystem.

2. De største sociale medier skal udarbejde gennemsigtighedsrapporter, der indeholder oplysninger om platformenes indholdsmoderation og håndteringen af klager.

Kommentar: Danske Medier bakker op om yderligere gennemsigtighed om platformes indholdsmoderation.

3. Etablering af samarbejdsforum mellem relevante myndigheder, organisationer og repræsentanter fra de største sociale medier. Forummet har til formål at styrke samarbejdet mellem myndigheder og sociale medier samt følge udviklingen på området for hurtigere at kunne sætte ind over for nye udfordringer.

Kommentar: Danske Medier deltager gerne i et sådan forum.

4. Det skal være strafbart at begå identitetstyveri herunder at udgive sig for at være en anden person på sociale medier selvom der ikke i forlængelse heraf begås en ulovlig handling efter straffeloven.

Ingen kommentarer.

5. Der igangsættes en undersøgelse af, om de nuværende regler i straffeloven på området for digitale overgreb (f.eks. grooming og sextortion) er tilstrækkelige.

Ingen kommentarer.

6. Der oprettes en digital patruljeenhed i politiet, der bl.a. skal patruljere synligt i åbne grupper på sociale medier for at forebygge bl.a. digitale krænkelser og gribe ind, hvis der sker lovovertrædelser.

Ingen kommentarer.

7. National indsats for digital dannelse af børn og unge bl.a. med undervisningsmateriale og skolepatruljer for digital færdselssikkerhed.

Ingen kommentarer.

8. Regeringen foreslår at skærpe kravene til markedsføring over for børn og unge. Det skal ske gennem en udvidelse af markedsføringslovens §11, således at handelspraksis rettet mod børn og unge ikke må indeholde omtale af billeder af eller henvisning til online indhold, der primært henvender sig til brugere over 18 år. Det kan for eksempel være seksuelt eller pornografisk indhold, kosmetiske behandlinger og indgreb eller slankeprodukter mv., som vurderes skadelige eller uegnede for børn og unge under 18 år.

Kommentar: En eventuel skærpelse af reglerne for markedsføring til børn, skal være klar og afgrænset mod præcise produkter og ikke åbne mulighed for at myndigheder løbende kan tage stilling til, hvad der vurderes kunne være skadelige eller uegnede for børn og unge under 18 år.

9. Det gælder i dag, at erhvervsdrivende skal være tilbageholdende med anvendelsen af børn til markedsføring – særligt i forhold til markedsføring målrettet børn og unge. Regeringen ønsker at skærpe reglerne yderligere gennem en præcisering af markedsføringslovens § 11, så det præciseres, at dette også gælder nye digitale kanaler og sociale medier.

Ingen kommentarer.

10. Der skal udarbejdes et kodeks med etiske retningslinjer for digitalt indhold, som særligt bruges af børn og unge. Det skal ske i samarbejde med Medierådet for Børn og Unge, relevante myndigheder, bloggere og andre leverandører af digitalt indhold til børn og unge. Kodekset skal sætte retningen for, hvad der er god praksis i digital kommunikation mv. målrettet børn og unge.

Kommentar: Danske Medier deltager gerne i udarbejdelsen af et sådant kodeks.

11. Kommunikation til børn og unge om, hvordan de håndterer krænkende adfærd på sociale medier. Forslaget indebærer en central og national kommunikationsindsats rettet mod børn, unge, forældre,

lærere, undervisere m.fl. om, hvor man kan søge hjælp og vejledning, hvis man for eksempel har oplevet krænkende adfærd eller har brug for hjælp til, hvordan man kan støtte børn og unge, der har været udsat for skadeligt indhold.

Ingen kommentarer.

12. Frivillig mærkning af digitalt indhold på sociale medier, videodelingstjenester og blogs målrettet børn og unge. Mærkningsordningen baseres på behovet for beskyttelse af børn og unge i forskellige aldersgrupper og i forhold til forskellige brugssituationer og vil kunne udvikles af Medierådet for Børn og Unge i samarbejde med relevante aktører.

Ingen kommentarer.

13. Regeringen vil i europæisk regi arbejde for en standardiseret reklamemarkering på digitale platforme. Løsningen vil give forbrugerne en nemmere måde at afkode, om indhold er kommercielt, og gøre det lettere for forbrugerne at skelne mellem, hvornår indhold er udtryk for brugerens egne holdninger, og hvornår der ligger kommercielle hensigter bag.

Kommentar: Det er i forvejen påkrævet, at det tydeligt skal fremgå, når der er tale om reklame og Danske Medier ser ikke et behov for yderlige formkrav på området.

Techgiganter

1. Regeringen vil nedsætte en ekstern ekspertgruppe, som får til formål at understøtte regeringens arbejde med at håndtere de løbende problemstillinger, som er forbundet med techgigant-dagsordenen.

Kommentar: Danske Medier mener, at der er behov for at følge udviklingen tæt og deltager gerne i en sådan ekspertgruppe.

2. Regeringen vil nedsætte en tværministeriel taskforce, der skal medvirke til at sikre regeringens politiske linje overfor techgiganter.

Kommentar: Danske Medier bakker op om tiltag, der kan styrke fokus på behov for regulering af techgiganter.

3. Regeringen vil styrke Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens indsats overfor især digitale platforme bl.a. med et nyt, nationalt markedsundersøgelsesværktøj, som skal give styrelsen mulighed for bl.a. at gribe ind på markeder for at modvirke spirende monopoldannelse.

Kommentar: Danske Medier bakker op om tiltag, der kan styrke indgreb mod techgiganternes misbrug af dominerende markedsposition og yderligere monopoldannelse.

4. Regeringen støtter arbejdet i EU med, at store platforme, der kan defineres som "gatekeepers" på digitale markeder, pålægges en række skærpede forpligtelser i form af f.eks. ikke at måtte favorisere egne produkter på bekostning af konkurrenters eller at give virksomheder adgang til deres egen data genereret på platformen.

Kommentar: Danske Medier bakker op om skærpede krav til techgiganternes markedsadfærd, der kan sikre fair vilkår i markedet.

5. Regeringen arbejder for, at EU opdaterer deres vejledninger på konkurrenceområdet og deres markedsdefinition ift. fusioner, så det ikke kun tager højde for omsætning men også f.eks. data.

Kommentar: Danske Medier bakker op om nye klare markedsdefinitioner ift. fusioner, så de ikke kun tager højde for omsætning men også f.eks. data.

6. Regeringen vil undersøge, om der i flere tilfælde kan gribes ind over for potentielt konkurrenceskadelige fusioner.

Kommentar: Danske Medier bakker op om, at der gribes ind over for techgiganternes konkurrenceskadelige fusioner.

7. Regeringen vil igangsætte en undersøgelse af, om techgiganter vil kunne pålægges at betale for de analyser, som ligger til grund for konkurrencemæssige afgørelser. Det vil i givet fald være uafhængige eksperter, som udfører analyserne.

Ingen kommentarer.

8. Nye EU-regler vil gøre det lettere for konkurrencemyndighederne at gribe ind over for digitale platforme, der begrænser konkurrencen - og dermed korte sagsbehandlingstiden ned.

Kommentar: Danske Medier bakker op om effektiv og harmoniseret håndhævelse af konkurrenceregler.

9. Regeringen vil undersøge, om erhvervsbrugere skal have ret til at få udleveret egne kunde- og salgsdata, og om der er behov for mere transparens, når online søgemaskiner udvider eller ændrer deres funktionalitet, fx ved at indføre bokse der viser alt fra vejrudsigten til valutakurser.

Kommentar: Danske Medier mener, at erhvervsbrugere skal have indsigt i alle kunde- og salgsdata, som indsamles af P2B-platforme og at der er behov for mere indsigt i effekterne af at søgemaskiner løbende udvider og ændrer deres funktionalitet.

10. Regeringen vil ændre [E-handelslovens §4](#) i tråd med EU-domstolens praksis på området således, at danske myndigheder kan håndhæve dansk lovgivning over for tjenesteydere etableret i øvrige EU-lande, i det omfang, de danske regler ikke er strengere end i tjenesteyderens etableringsland.

Ingen kommentarer.

11. Regeringen vil ændre markedsføringsloven på baggrund af anbefalinger fra en nedsat arbejdsgruppe om, hvordan bødeniveauet for overtrædelser i markedsføringsloven skal ændres som f.eks. ved vildledende tilbud og reklamer på nettet, tv eller i tryksager, mangelfulde oplysninger på hjemmesider eller i butikker, uanmodede telefonopkald samt urimelige vilkår i abonnementsaftaler eller låneaftaler.

Ingen kommentarer.

12. Regeringen vil modernisere reglerne for forbrugerne i markedsføringsloven, så der indføres krav om, 1) online platforme skal oplyse, hvordan de rangerer tilbud, 2) om varen er fra en erhvervsdrivende eller privat, 3) stille større krav til virksomhedernes brug af brugeranmeldelser. Loven vil gælde uanset, om forbrugeren køber noget på platformen eller ej.

Kommentar: Danske Medier bakker op om denne ændring, som også vil påvirke medlemmer online-tjenester f.eks. markedspladser, hvor der indgår rangering af tilbud, da det vil skabe bedre forhold for forbrugere og et mere gennemsigtigt og trygt marked.

13. Regeringen vil følge op på [anbefalingerne](#) fra Rådet for Deleøkonomi.

Ingen kommentarer.

14. Regeringen vil igangsætte en analyse af, hvordan forbrugere påvirkes af pressalg f.eks. med "kun to værelser tilbage" og lignende, samt hvorvidt påstandene om knaphed er faktisk korrekte.

Kommentar: Danske Medier bakker op om at der gennemføres yderligere analyser af området.

15. Regeringen vil arbejde for, at der stilles yderligere krav til platformene om tydeliggørelse af reklame målrettet mod børn og unge i EU-regi, da denne gruppe har særligt svært ved at identificere reklame på sociale medier, især når det sker gennem influencere.

Ingen kommentarer.

16. Regeringen vil udvide det danske kunstige intelligens-værktøj AIME til europæisk plan under navnet SAFE, der skal søge efter farlige og ulovlige produkter på hele det indre marked. Det forventes at være klar i november 2021.

Ingen kommentarer.

17. Regeringen vil videreudvikle det kunstige intelligens-værktøj AIME, så det fremover også kan opspore ulovlig markedsføring på nettet, og igangsætte et samarbejde på området mellem danske myndigheder.

Ingen kommentarer.

18. Regeringen vil undersøge muligheden for at forbyde brug af tredjepartscookies og lignende teknologier på offentlige hjemmesider med statslige obligatoriske digitale selvbetjeningsløsninger, så borgerne kan have vished om, at de trygt kan anvende disse tjenester, uden at oplysninger om dem anvendes af tredjeparter. Herudover vil der desuden blive sat fokus på offentlige myndigheders efterlevelse af de nuværende regler.

Ingen kommentarer.

19. Cookiereglerne er tæt forbundne med reglerne om behandling af personoplysninger, men underlagt to forskellige myndigheders tilsyn (hhv. Erhvervsstyrelsen og Datatilsynet). Nye regler om persondatasikkerhed giver anledning til en informationsindsats herom.

Kommentar: Danske Medier bakker op om klarhed omkring og harmonisering af cookiereglerne og at der ikke implementeres strengere regler for danske virksomheder end dem techgiganterne er underlagt i EU.

20. Regeringen arbejder i EU for, at brugen af kunstig intelligens, der indebærer alvorlige risici, får skærpede krav og forudgående kontrol på nationalt plan. For al kunstig intelligens uden alvorlige risici vil regeringen arbejde for frivillige initiativer.

Ingen kommentarer.

21. Regeringen arbejder for, at der skal udarbejdes europæiske standarder til techgiganterne for, hvordan kunstig intelligens må bruges.

Ingen kommentarer.

22. Regeringen arbejder på europæisk plan for, at de største platforme får krav om proaktivt at identificere og fjerne ulovligt indhold samt sikre at indhold, der allerede er vurderet ulovligt, skal forblive nedtaget.

Kommentar: Danske Medier bakker op om tiltaget.

Bilag:

De officielle udspil og faktaark kan findes her:

- [Faktaark om SoMe-udspil.pdf](#)
- [Udspil om sociale medier.pdf](#)
- [Faktaark om tech-udspil.pdf](#)
- [Udspil om tech-giganter.pdf](#)

For spørgsmål til emnet kontakt gerne:

Allan Sørensen

Digital chef i Danske Medier

as@danskemedier.dk