

Til: Erhvervsministeriet

Att.: Philip Halberg Nielsen og Kirstine Rødsgaard Madsen

07. januar 2021

Høring over EU-Kommissionens forslag til Digital Market Act

Kreativitet & Kommunikation vil først og fremmest gerne takke for muligheden for at afgive høringssvar til EU-Kommissionens forslag til Digital Market Act.

Vi må dog samtidig påpege, at det for kvaliteten af de indkomne høringssvar er ærgerligt, at høringsfristen, på en høring af dette omfang, er kort set i lyset af at den er placeret hen over jul og nytår. Det er, især for små høringsberettigede organisationer som Kreativitet & Kommunikation, en stor udfordring, da vores ressourcer er knappe og der i forvejen er travlhed op til jul/ved årsskiftet. Derudover gør det, det svært for os, at nå at inddrage relevante medlemmer.

Høringssvaret skal således læse i lyset heraf.

Vi henviser, udover nedenstående, til Dansk Erhvervs høringssvar.

Kreativitet & Kommunikation repræsenterer reklame-, kommunikations-, PR-, mediebyureauer m.m. En branche som i høj grad gør brug af de Gatekeepers som forordningen definerer, i deres erhvervmæssige aktiviteter.

Vi tilslutter os EU-Kommissionens opfattelse af de senere års udvikling, der uden tvivl har givet Gatekeepers en væsentlig position i markedet. Positionen og den magt, der følger med, indskrænker virksomhedernes valgmuligheder, når de vil nå ud til forbrugerne. Nogle Gatekeepers er blevet et marked i sig selv og har skubbet til den hidtidige annoncemarkedsstruktur. Ikke fordi udbuddet af kanaler/medier/platforme/tjenester er begrænset i alle sammenhænge, men i høj grad fordi Gatekeepernes, i kraft af deres position i markedet og deres forretningsmodel, har en meget direkte adgang til fx forbrugerne. Med den magt og i nogle tilfælde dominerende stilling på et område, har Gatekeepers mulighed for at opstille krav og regler, der passer bedst muligt til deres forretningsmodel og dermed udnytte det

reach de kan give erhvervsdrivende adgang til. Desuden giver det Gatekeepers mulighed for at indsamle og sammenkøre data, uden transparens, hvilket giver ulig og begrænset konkurrence. Det ovenstående mener vi i mange sammenhænge skaber en skævvridning, der i nogle tilfælde fører til urimelig praksis og som giver udslag på både pris, rækkevidde og kvalitet. Derfor mener vi, at det er positivt, at forordningen netop går ind i de problematikker der udspiller sig eller kan udspille sig i fremtiden på det digitale indre marked.

Det skal dog også understreges, at vi er bevidste om, at Gatekeepers også spiller en stor rolle og i visse tilfælde også giver mulighed for, at især mindre virksomheder kan nå langt ud med deres budskaber og produkter. Det er derfor ikke ensidigt problematisk at Gatekeepers eksisterer. Vi stiller os, derfor som udgangspunkt positive over for, at man med forordningen forsøger at skabe en balance mellem de fordele og ulemper der er ved den nuværende situation, så man sikrer at det digitale marked kan udvikle sig.

Der er ingen tvivl om, at om transparens gennem de senere år, har været et aktivt diskussionsemne. En diskussion, der også har været meget relevant, allestedsnærværende og aktuel i Kreativitet & Kommunikations medlemskreds og den branche vi repræsenterer. For med transparens kommer tillid, indsigt og viden. Og det gør sig gældende i flere led.

Forholdet mellem Gatekeepers og de virksomheder, der benytter sig af deres tjenester, er ikke en undtagelse, når det kommer til behovet for transparens.

Det er helt afgørende, at man som virksomhed – fx som reklamebureau eller mediebyrå eller disses kunder – har mulighed for at vide hvad man reelt køber, når man køber og bruger tjenester udbudt af Gatekeepers. Det er afgørende, at man har data, der verificerer den værdi man får igen og at man får indsigt. Vi mener derfor det er positivt, at man i dele af forordningen pålægger forordningens Gatekeepers at være transparente, dele data, give indsigt og generelt gøre det lettere for de erhvervsdrivende at verificere det køb/den brug der foretages.

På den måde undgår man, at en Gatekeeper kan, udnytter deres position og forhåbentligt skabe en mere retfærdigt og et mere åbent digitalt indre marked.

Det er svært ikke at forstå kriterierne for udpegelsen af Gatekeepers som en markering af deres dominerende stilling. Men det må ud fra forordningsforslagets eksistens forstås, at de nuværende konkurrenceretlige regler ikke er tilstrækkelige til at imødekomme den formålsskabende

problematik. Hvis det modsatte er tilfældet, stiller vi naturligt spørgsmålstejn ved den manglende brug af nugældende konkurrenceret.

Forslaget afskærer muligheden for national lovgivning på området. Som udgangspunkt mener vi det er positivt, at forordningens forpligtigelse og håndhævelsen heraf bliver placeret på EU-niveau, da der er tale om Gatekeepers, der både placeringsmæssigt og størrelsesmæssigt bør håndteres EU-retsligt. Men alt efter hvordan forordningen ser ud ved endelig vedtagelse, kan det på nationalt plan give udfordringer, at man ikke har mulighed for at skærpe reglerne. Vi forholder os derfor på nuværende tidspunkt tvivlende overfor den nationale begrænsning uden, inden for svarfristen, at kunne komme en konklusion nærmere.

Ved spørgsmål til høringssvaret kan Cecilie Kunz Paulsen, juridisk rådgiver, kontaktes på + 45 41 31 60 08 eller ckp@kreakom.dk

Med venlig hilsen

Kreativitet & Kommunikation