

Til: Erhvervsministeriet

Att.: Anne Hedeager Bentsen, Kristina Riber,
Camilla Dons Christensen og Sophie Vasbo.

05. januar 2021

Høring over Kommissionens forslag til Digital Services Act

Kreativitet & Kommunikation vil gerne takke for muligheden for at afgive høringsvar til Kommissionens forslag til Digital Services Act.

Vi må dog samtidig påpege, at det for kvaliteten af de indkomne høringsvar 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/årsskiftet.

Kreativitet & Kommunikations medlemmer er som udgangspunkt ikke de digitale tjenester/informationssamfundstjenester forordningen primært sigter at regulere, men derimod mange af de virksomheder, som meget aktivt bruger de værktøjer og platformene, der reguleres. Derfor har forordningen i sidste ende stor betydning for den branche vi som foreningen repræsenterer, herunder reklame-, kommunikations-, PR- og mediebureauer.

Der er ingen tvivl om, at den grundlæggende baggrund for flere af de for os relevante artikler i forordningen handler om transparens. En diskussion, der har været meget relevant, allestedsnærværende og aktuel i Kreativitet & Kommunikations medlemskreds. For med transparens kommer tillid, indsigt og viden.

Kreativitet & Kommunikation stiller sig derfor positiv over for, at man med forordningen foreslår at indføre nogle overordnede krav til de tjenester og platforme, som mange virksomheder er afhængige af i en digital virkelighed, men som i mange sammenhænge også har frie tøjler. Et marked, der på sin vis styres af udbyderen.

At give brugerne af de digitale tjenester en ensartet mulighed for at forstå, hvorfor de eksponeres for det indhold de ser, hvordan de indgår i en platforms forretningsgrundlag og dermed bliver en brik i en forretningsmodel er uden tvivl en god ide. Det er dog samtidig vigtigt for os at understrege at markedsføring og annoncering i sig selv ikke bør anses som noget problematisk –

det samme gør sig gældende for relevant og målrettet annoncering.

Annoncering/markedsføring er en del af det indre marked og et helt afgørende, naturligt og legitimt instrument for producenter og udbydere til at afsætte deres lovlige varer og tjenesteydelser.

Det man traditionelt kalder reklamebranchen, men som dækker både kommunikations-, PR-, medie-, reklamebureauer, etc. er et væsentligt erhverv på både nationalt og EU-plan. Et erhverv, der bidrager til et betragteligt antal arbejdspladser og har en ikke uvæsentlig plads i den samlede indtjening. Det er derfor væsentligt at de virksomheder og deres kunder, som fx skal afsætte en vare, kan gøre dette indenfor lovlige og regulerede rammer, uden unødige besværligheder. Det er derfor afgørende at det man koncentrerer sig om, er den ulovlige og utilsigtede markedsføring/annoncering og dem der står bag denne.

I forordningen omtales annoncering/markedsføring ofte i samme kontekst som den ulovlige annoncering/markedsføring. Der er ingen tvivl om, at det er positivt at komme den ulovlige markedsføring til livs, men med forordningen kommer man til at skære alt over en kam og dermed pålægges den lovlige markedsføring nogle ikke proportionelle restriktioner.

Det mener vi er kritisabelt, da man herved pålægger erhvervslivet utilsigtede byrder på ellers lovlige aktiviteter – det er vigtigt, at man ikke med forordningen utilsigtet indskrænker markedsføringsmetoder, der efter nuværende lovgivning er lovlige.

I præambel 63, artikel 30 m.m. henvises der til en offentlig adgang til data og markedsføring, der har været vist på de omfattede digitale tjenester. Det beskrives i forordningen både som “public access to repositories” og ”make publicly available through application programming interfaces”, men angiver ikke nærmere, hvorfor det er nødvendigt, at der er tale om en offentlig adgang. Vi mener det er problematisk både ift. et proportionalitetsprincip og formålet med forordningen. Det afgørende må være, at man som kompetent myndighed kan få adgang til det og at brugerne sideløbende kan få adgang til informationen om, hvorfor man bliver eksponeret for en konkret annoncering. Hvis der med forordningen ikke er ment en direkte offentlig adgang, mener vi man bør indskærpe dette i ordlyden.

Det vi, som forening, ligeledes kan være påpasselige med, er at udtrykke vores fulde begejstring overfor er, når det handler om den praktiske udfoldelse af de dele af forordningen, som rammer den branche vi repræsenterer.

Der er ingen tvivl om, at de store aktører, der er omfattet af forordningen, vil sende hele eller dele af byrden videre til de erhvervsdrivende der udnytter deres værktøjer, tjenester, etc.

Og med den store magt aktørerne har, så tillader de sig ofte at gå langt i den sammenhæng.

Derfor er det vores bekymring, at den praktiske udfoldelse af forordningens regler kan være svær at forudse og derfor svær at tage højde for og ikke mindst give en skævvridning.

Kreativitet & Kommunikation ser som udgangspunkt positivt på, at der både er omtalt adfærdskodekser og udarbejdelse af standarder, så der skabes en ensartethed og en tilgængelighed for både små og store virksomheder hos udbyderne af de digitale tjenester. Ved at udarbejde fx adfærdskodekser, der kan præges både af den konkrete virkelighed og af parterne om bordet, i stedet for hård lovgivning, mener vi at man kan opnå nogle fleksible og i høj grad let anvendelige rammer, som kan gavne både udbydere og modtagere af digitale tjenester m.m. Det kræver dog, at det arbejde der pågår bliver gjort smidigt og pragmatisk. Vi stiller os på sigt, som repræsentant for en branche, der i høj grad bliver modtagerne af de kodekser og standarder der udarbejdes, gerne til rådighed både som organisation og ved udpegelse af relevante medlemmer.

Vi henviser herudover til Dansk Erhvervs høringssvar.

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