



Folketingets Retsudvalg  
Folketinget, Christiansborg  
1240 København K

Dato: 14. maj 2014

Sag: FO-14/03722-6

Sagsbehandler: /kn

**Forslag til tiltag, der kan forbedre den internationale håndhævelse inden for det forbrugerretlige område**

I forbindelse med mit oplæg om international bekæmpelse af svindel på internettet på mødet d. 3. april 2014 bad medlemmer af Retsudvalget mig om at uddybe, hvilke specifikke tiltag der vil kunne styrke håndhævelsen inden for dette område.

Jeg fremsender derfor hermed et notat indeholdende en kort oversigt over de konkrete områder, hvor man kan styrke håndhævelsen.

Jeg står desuden naturligvis til rådighed, såfremt Retsudvalget måtte ønske en nærmere uddybning af punkterne.

Med venlig hilsen

Henrik Øe

**FORBRUGEROMBUDSMANDEN**

Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby

Tlf. 41 71 51 51

Fax 41 71 51 61

CVR-nr. 10 29 48 19

EAN-nr. 5798000018006

forbrugerombudsmanden@kfst.dk

[www.forbrugerombudsmanden.dk](http://www.forbrugerombudsmanden.dk)

**ERHVERVS- OG  
VÆKSTMINISTERIET**

Medlem af International Consumer  
Protection & Enforcement Network  
(ICPEN)

## NOTAT

Dato: 14. maj 2014

Sag: FO-14/03722-5

Sagsbehandler: /kn

### **Forslag til tiltag, der kan forbedre den internationale håndhævelse inden for det forbrugerretlige område – Forbrugerombudsmandens oplæg på møde den 3. april 2014 i Folketingets Retsudvalg**

I forbindelse med Forbrugerombudsmandens oplæg om international bekæmpelse af svindel på internettet på mødet den 3. april 2014 med Folketingets Retsudvalg anmodede medlemmer af Retsudvalget Forbrugerombudsmanden om at uddybe, hvor man navnlig kan styrke håndhævelsen.

Forbrugerombudsmanden fremsender derfor hermed en kort oversigt over områder, hvor der er behov for bedre rammer for håndhævelsen af grænseoverskridende overtrædelser af den forbrugerbeskyttende lovgivning.

Forbrugerombudsmanden står gerne til rådighed for at nærmere uddybning af punkterne, såfremt Folketinget Retsudvalg måtte ønske det.

#### 1. Mulighed for at lukke adgangen til hjemmesider

Mange overtrædelser foregår fra hjemmesider, hvor udbyderne er etableret i lande uden for EU. I disse sager er det umuligt både for Forbrugerombudsmanden og andre myndigheder - herunder politiet – at få stoppet overtrædelserne. Det vil derfor være hensigtsmæssigt, hvis det blev muligt fra Danmark at blokere for disse hjemmesider. Spillemyndigheden har siden den 1. januar 2012 i henhold til spilleloven<sup>1</sup> haft en sådan adgang til via en retskendelse at blokere for hjemmesider med ulovligt indhold. Et sådant tiltag skal naturligvis balanceres over for hensynet til ytringsfriheden og skal derfor kun benyttes, såfremt andre håndhævelseskridt har vist sig forgæves. Det vil imidlertid være en væsentlig hjælp til bekæmpelse af den grænseoverskridende svindel på internettet.

#### 2. Ansvarsfrihedsreglerne på internettet

Efter E-handelsloven<sup>2</sup>, der bygger på E-handelsdirektivet<sup>3</sup>, er en udbyder af en hosting-tjenesteydelse ikke ansvarlig for det indhold, som andre

<sup>1</sup> Lov nr. 848 af 1. juli 2010 med senere ændringer.

<sup>2</sup> Lov nr. 227 af 22. april 2002.

<sup>3</sup> Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF.

lægger ud på hjemmesiden. Dette indebærer, at fx en søgemaskinehjemmeside eller et socialt medie ikke kan gøres ansvarlig for overtrædelser, der foregår på deres hjemmesider. Reglerne stammer fra en tid før udbredelsen af de sociale medier, som i højere grad end tidligere internettjenesteudbydere styrer den kommercielle kommunikation, der foregår på deres platforme. Lovens regler om ansvarsfrihed er derfor utidssvarende. Internettjenesteudbydere – så som sociale medier - bør tage aktiv del i bekæmpelsen af den svindel, der foregår på deres hjemmesider og bør kunne holdes ansvarlig. Der bør derfor arbejdes på, at der sker en revision af reglerne om ansvarsfrihed på internettet i EU.

### 3. Definitionen på spam

Ligeledes er også beskyttelsen mod spam utidssvarende i forhold til den teknologiske udvikling. Markedsføringslovens § 6<sup>4</sup>, der forbyder udsendelse af spam, baserer sig på en forældet definition af, hvad der er elektronisk post og dermed spam og omfatter fx ikke den markedsføring, som man i stigende grad udsættes for på de sociale medier. Idet denne regel ligeledes bygger på EU lovgivning rettede de nordiske forbrugerombudsmand den 3. maj 2012 henvendelse til EU-Kommissionen med henblik på, at få definitionen revideret. Brevet til EU-Kommissæren og dens svar vedlægges til orientering. Der er endnu ikke sket noget, hvorfor der også her bør arbejdes på at få reglerne ændret i EU.

### 4. Det europæiske håndhævelsessamarbejde

Forbrugerombudsmanden deltager i det internationale CPC håndhævelsessamarbejde inden for EU under den såkaldte håndhævelsesforordning<sup>5</sup>. Inden for dette samarbejde kan en myndighed i et medlemsland anmode et andet medlemsland om at tage skridt til at stoppe en grænseoverskridende overtrædelse, hvis den foretages af en virksomhed som er hjemmehørende i dette medlemsland. Der mangler imidlertid mulighed for at kunne gribe ind, hvis det medlemsland, hvor virksomheden er hjemmehørende, ikke foretager sig noget. Endvidere bør der være en bedre mulighed for at udveksle fortrolige oplysninger mellem de forskellige landes håndhævelsessamarbejde, og man bør kunne offentliggøre oplysninger om de sager, der indgår i dette regi. Reglerne bør derfor ændres, så der skabes bedre rammer for håndhævelsessamarbejdet i EU.

---

<sup>4</sup> Lovbekendtgørelse nr. 1216 af 25. september 2013 med senere ændringer.

<sup>5</sup> Europa-Parlamentets og Rådets forordning nr. 2006/2004.

## 5. Det internationale håndhævelsessamarbejde

Relationerne til de relevante internationale myndigheder bør styrkes. Navnlig bør adgangen til at kunne samarbejde med de amerikanske myndigheder om grænsekrivende svindel på internettet forbedres, da en del virksomheder, der overtræder EU-reglerne, er etableret i USA. Det bør være muligt at udveksle fortrolige oplysninger og at søge bistand fra de amerikanske myndigheder. I EU har der i nogen tid været arbejdet på en samarbejdsaftale med de amerikanske myndigheder, men dette har endnu ikke ført til konkrete tiltag. Der bør derfor fortsat arbejdes for dette inden for EU.

## 6. Revision af markedsføringsloven

Det bør overvejes, om der bør ske en grundig revision af markedsføringslovens regler, således at den i struktur og indhold stemmer bedre i overensstemmelse med direktivet om urimelig handelspraksis<sup>6</sup>. Dette vil gøre håndhævelsen af grænseoverskridende overtrædelser lettere.

---

<sup>6</sup> Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2005/29/EF.

Mr. John Dalli  
European Commissioner for Health and Consumer Policy  
European Commission  
Rue de la Loi 200  
BE-1049 Bruxelles  
Belgium

3. maj 2012

10/07479-42

Dear Commissioner John Dalli

I take the liberty of contacting you on behalf of the Consumer Ombudsmen of Sweden, Norway and Denmark.

In recent years we have seen a strong growth in the use of social media marketing by traders. A special feature of social media is that commercial messages are spread to other users of the particular social medium through private users, who obtain discounts, chances of winning competitions and the like when they spread the commercial messages to their friends.

This raises the question of identification of commercial communications, and it also raises the question of whether such commercial communications transmitted to other users of the particular social medium without those users' prior request should be considered electronic mail or other unsolicited communications for the purposes of direct marketing.

The Nordic Consumer Ombudsmen have therefore attempted to collate and interpret the rules of particular relevance when social media are used for marketing. The outcome of that work is appended in the form of a position paper on social media marketing, which has been published today.

In connection with our work, we were particularly in doubt about the interpretation of the rules on unsolicited communications. To illustrate this, we would mention that users of the social medium Facebook experience that unsolicited commercial communications are *sent* to them at their News Feed page. However, Facebook is technically designed in such way that communications are probably *not sent* to users, which is a condition for considering communications to fall within the definition of electronic mail, but are retrieved by, shown or otherwise presented to the social media user.

This raises the question of whether the definition of electronic mail set out in the Directive on Privacy and Electronic Communications (Directive 2002/58/EC of the European Parliament and of the Council), which was drafted at a time when no social media existed, is up-to-date.

**DANISH CONSUMER OMBUDSMAN**

Carl Jacobsens Vej 35  
DK-2500 Valby

Tlf. +45 41 71 51 51  
Fax +45 41 71 51 61  
CVR-nr. 10 29 48 19  
consumerombudsman@kfst.dk  
[www.consumerombudsman.dk](http://www.consumerombudsman.dk)

**MINISTRY OF BUSINESS AND GROWTH**

Member of International Consumer  
Protection & Enforcement Network  
(ICPEN)  
[www.icpen.org](http://www.icpen.org)

In our opinion, this matter should be discussed at European level as it is of interest to all authorities charged with the enforcement of national rules on unsolicited communications. At the same time, it is a prerequisite for an efficient single market that traders have clear guidelines on the applicable rules. It might therefore be considered to prepare similar guidelines at European level.

We call on you to propose a discussion on this matter in a European Union context, for example, at a meeting of the new CPC Priorities Working Group. My colleagues from Sweden and Norway and I would be pleased to attend such meeting to discuss the problems raised by the position paper.

Yours sincerely

Henrik Øe  
Consumer Ombudsman

**John Dalli**  
Member of the European Commission

Brussels,  
RD/cs/A 621613 (12) D

Dear Mr Oe,

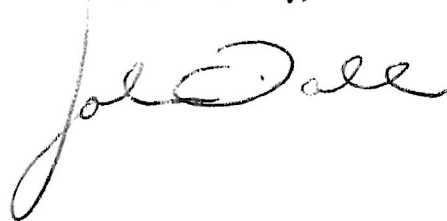
Thank you for your letter of 3 May 2012 (your ref. 10/07479-42) in which you draw my attention to the position paper prepared by the Consumer Ombudsmen of Sweden, Norway and yourself regarding the use of social media for commercial messages.

I share your concern that such media have permitted a model of commercial communication that requires a close examination regarding consumer protection laws such as Directive 2005/29/EC on Unfair Commercial Practices, which appears to be particularly relevant to assess such new marketing strategies and on the concrete functioning of which my colleague, Vice-President Reding, is about to present a report to the Council and Parliament. The first step is indeed to remind traders of their legal obligations and where necessary clarify these obligations. In this respect, I think that your position paper is an excellent initiative in relation to the need for an understanding of legislative requirements in the area of unsolicited commercial communications received by social media users. My services have therefore transmitted your position paper to DG Connect (Vice-President Kroes' services) and DG Justice (Vice-President Reding's services) in order to discuss with them about further possible follow-up initiatives in this area.

In particular, in line with what announced in the recently adopted European Consumer Agenda and based on your own suggestion during a recent workshop of the Consumer Protection Cooperation (CPC) Network, I have asked my services to consider proposing, at the next CPC committee in November, an exchange of views on the need to have Europe-wide guidelines and other coordinated actions that may be deemed appropriate at EU level to support enforcers' efforts.

I would also like to encourage you to consider proposing a specific common activity for the CPC Network on the issue of commercial communication within social media and peer to peer websites.

Yours sincerely,



Cc: Vice-Presidents Reding and Kroes

Mr Henrik Oe  
Danish Consumer Ombudsman  
Carl Jacobsens Vej 35  
2500 Valby  
Denmark