



## Folketingets Erhvervsudvalg

ERHVERVSMINISTEREN

21. juni 2024

### Besvarelse af spørgsmål 229 alm. del stillet af udvalget den 11. april 2024 efter ønske fra Lisbeth Bech-Nielsen (SF).

ERHVERVSMINISTERIET

Slotsholmsgade 10-12  
1216 København K

#### Spørgsmål:

Vil ministeren oplyse, hvilke forhold, der er afgørende for en gennemsnitsforbrugers opfattelse af, om det er en onlinemarkedsplads eller en anden, der leverer et produkt, som udbydes til salg på en onlinemarkedsplads?

Tlf. 33 92 33 50  
Fax. 33 12 37 78  
CVR-nr. 10092485  
EAN nr. 5798000026001  
em@em.dk  
www.em.dk

#### Svar:

Jeg kan indledningsvist oplyse, at begrebet ”gennemsnitsforbruger” anvendes som et benchmark i hele den forbrugerbeskyttende EU-regulering. Under hensyntagen til sociale, kulturelle og sproglige forhold er en gennemsnitsforbruger en almindeligt oplyst, rimeligt opmærksom og velunderrettet forbruger. Det er således op til de nationale domstole og myndigheder, dog under hensyn til EU-Domstolens retspraksis, at foretage en vurdering af, hvad der i en given situation karakteriserer en gennemsnitsforbrugers typiske reaktion.

Artikel 6(1) DSA omhandler den betingede ansvarsfrihed for udbydere af formidlingstjenester.

Det følger af bestemmelsen, at en udbyder af en hostingtjeneste – fx en onlinemarkedsplads – ikke pådrager sig ansvar for information lagret på tjenesten på anmodning af en tjenestemodtager, hvis den ikke har konkret kendskab til den ulovlige aktivitet eller det ulovlige indhold og i øvrigt alene passivt videreformidler det pågældende indhold.

Efter DSA er en onlinemarkedsplads ikke omfattet af ovennævnte ansvarsfritagelse, hvis onlinemarkedspladsen præsenterer information om en købs-transaktion på en måde, at forbrugerne kan få opfattelse af, at informationen er leveret af onlinemarkedspladsen selv eller af en erhvervsdrivende, der handler under onlinemarkedspladsens myndighed eller kontrol.

Et eksempel kunne være, hvis en onlinemarkedsplads ikke tydeligt viser den erhvervsdrivendes identitet, som det er krævet i artikel 30 i DSA. Det kunne også være, hvis en onlinemarkedsplads tilbageholder den erhvervsdrivendes identitets- eller kontaktoplysninger indtil efter indgåelse af afta-

len mellem den erhvervsdrivende og forbrugeren, eller hvis en onlineplatform markedsfører produktet eller tjenesten i eget navn i stedet for at bruge navnet på den erhvervsdrivende, der vil levere produktet eller yde tjenesten.

Det vil i alle tilfælde bero på en konkret vurdering, om præsentationen kunne få en gennemsnitsforbruger til at tro, at den pågældende oplysning blev givet af selve onlineplatformen eller af en erhvervsdrivende, der handler under dennes myndighed eller kontrol.

Med venlig hilsen

Morten Bødskov