

Hermed DRRBs (Danske Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening) kommentarer til udkast til bekendtgørelse om krav til information og samtykke ved lagring af og adgang til oplysninger i slutbrugerens terminaludstyr.

DRRB er naturligvis tilhænger af forbrugerbeskyttelse, gennemsigtighed og kontrol over egne data på internettet. Vi ønsker ikke at overvåge brugerne og vil behandle brugeroplysninger med respekt for privatlivets fred. Vi er derfor enige i direktivets ånd og overordnede formål.

Cookies er dog en afgørende forudsætning for kredsløbet på internettet og et vilkår for digital kommunikation. Hvis ikke annoncørerne og medierne kan anvende cookies, bliver vilkårene for udvikling, formidling og indhold på internettet kritisk forringet.

Det er vores opfattelse, at et vigtigt punkt i cookiediskussionen ikke har fået den centrale rolle og opmærksomhed, som det fortjener. Annoncer finansierer i stor udstrækning det gratis indhold, som brugerne får adgang til på internettet, uanset om det er nyheder, underholdning, søgemaskiner osv. For at kunne måle på brugernes adfærd og værdifastsætte annoncerne er cookies en forudsætning. Dette "bytteforhold" mellem brugeradfærdsdata og gratis indhold på internettet er en grundlæggende præmis for internettets virke, og derfor væsentligt for DRRBs medlemmer og for hele det danske erhvervsliv.

Vi opfordrer derfor til, at denne væsentlige pointe italesættes, og at brugerne oplyses om denne forretningsmodel, som den overvejende del af internetaktiviteten er baseret på.

Hvis denne forretningsmodel ikke kan fortsætte, vil brugerne fratages adgangen til al det gratis indhold, som stort set alle danskere nyder godt af, og som er med til at udbrede ikke kun kommercielle budskaber, men i langt større grad store mængder af information til gavn for befolkningen.

Som bureauer repræsenterer vi de største danske annoncører og søger på deres vegne at indkøbe og optimere på tværs af forskellige websites. Et vigtigt element i dette er anvendelsen af 3. parts annonceservere, som efterlader cookies hos brugeren. En 3. parts annonceserver er uafhængig af bureauet og mediet og bruges til at verificere f.eks. visningen af et banner. Det er derfor et meget vigtigt element i værdifastsættelsen af priserne for online annoncering. Det kan sammenlignes med tv-meter systemet for de danske TV-stationer, som måler, hvor mange seere der er på det konkrete tidspunkt. De medier der ikke er med i tv-meter systemet, og derfor ikke har målinger på seertal, opnår markant lavere priser end dem, der kan dokumentere deres seertal.

Vi er bekymrede for, at det enkelte medie skal gøres ansvarlig for cookies, hvilket medfører nogle u hensigtsmæssigheder. Bureauer booker sjældent en kampagne på et medie alene og det er vigtigt for vores medlemmer og de danske annoncører, at vi fortsat kan måle effekten på tværs af medierne.

Hvis ikke mediet får placeret en cookie til 3. parts verificering af effekten, skal vi alene stole på mediet, som vi køber af, og vi har ingen mulighed for at se, om banneret virker, og hvor mange gange det bliver set. I det omfang vi kan stole på mediernes hæderlighed, støder vi derfor yderligere ind i det problem, at den samme bruger vil se det samme banner et utal af gange

Disse vigtige pointer håber vi, at Styrelsen vil tage i betragtning ved den endelige udformning af bekendtgørelsen, da det er essentielt for vilkårene for annoncering og for brugeroplevelsen.

Bekendtgørelsens § 3, stk. 2 nr. 4.

DRRB er uforstående over for bekendtgørelsens § 3, stk. 2, nr. 4, der er udtryk for et krav, som i praksis vil være umuligt at opfylde, og som vi ikke kan se, at der er hjemmel til i det bagvedliggende direktiv. Vi har svært ved at se, at de krævende informationer bidrager med nogen reel viden, som brugeren kan have glæde af. Det må være tilstrækkeligt, at man oplyser om, at man bruger 3.parts cookies. Vi opfordrer derfor til, at bestemmelsen udgår af den endelige bekendtgørelse, da vi ikke kan se, hvorfra hjemlen til det stillede krav kommer, og da vi ikke kan se, at det er væsentlige brugerinformationer.

I det hele taget vil vi opfordre til, at Styrelsen, inden man lægger sig fast på niveauet for informationspligten, særligt har øje for, at der ikke stilles krav, som ikke stilles i de øvrige medlemslande, da det vil skade den danske konkurrenceevne. Hvis vilkårene for annoncering bliver forringet på grund af restriktiv lovgivning, og medierne derfor ikke kan levere gratis indhold, vil de danske brugere lynhurtigt flygte til udenlandske sites, hvilket på flere niveauer vil være et stort tab for dansk erhvervsliv. Vi ønsker brugerne oplyst omkring den værdi, de tilfører medierne og vores kunders annoncering, og hvad de får i bytte. Derved kan brugerne, medierne og annoncørerne forsætte udviklingen af det danske internet, som et åbent medie med gode fremtidsudsigter.

Hos DRRB vil vi aktivt bidrage til at få defineret en standard - ikke bare for bureauer og 3. parts annonceservere, men en fællesstandard, der kan anvendes på tværs af det danske erhvervsliv. Vi ønsker at tage ansvar for vores tilstedeværelse på internettet og bidrage til oplysning, beskyttelse og valgfrihed hos den enkelte bruger. Vi håber derfor på etableringen af en fælles brancheløsning og på, at Styrelsen vil facilitere den.

Det er kilde til stor usikkerhed og frustration, at der er tvivl omkring indhold og fortolkning af både direktivet og bekendtgørelsen. Alle aktører på internettet har behov for at kende spillereglerne og for at have klare og praktisk anvendelige retningslinjer at rette sig efter.

Derfor vil vi opfordre til, at implementeringen af bekendtgørelsen udskydes til, at der er fundet en endelig formulering og en fællesstandard. Det er kun rimeligt at udskyde implementeringen, da ingen har mulighed for at forberede sig på eller efterleve regler, som vi ikke kender omfanget af.

En udskydelse vil også have den fordel, at man vil opnå større indsigt i de andre medlemslandes implementering og dermed mindske risikoen for at skævvride den danske konkurrenceevne.

Med venlig hilsen

Bjørn Karsholt, Direktør