FORBRUGEROMBUDSMANDEN

Retningslinjer om offentliggørelse af brugeranmeldelser, 1. maj 2015

Retningslinjer

2015

Retningslinjer for offentliggørelse af brugeranmeldelser
Retningslinjernes paragrafhenvisninger er opdateret den 1. juli 2017 i overensstemmelse med den nye markedsføringslov (lov nr. 426 af 3. maj 2017)

Forbrugerombudsmanden
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
Tlf.: +45 41 71 51 51
E-mail: forbrugerombudsmanden@kfst.dk

Udarbejdet af Forbrugerombudsmanden

Maj 2015

Online ISBN 978-87-7029-597-0

Indhold

Retningslinjer om offentliggørelse af brugeranmeldelser, 1. maj 2015

Baggrund for retningslinjerne **4**

Afsnit 1
Formål **5**

Afsnit 2
Anvendelsesområde **6**

Afsnit 3
Definitioner **7**

Afsnit 4
Regulering af onlinetjenester der offentliggør brugeranmeldelser **8**

4.1 Markedsføringsloven 8
4.2 E-handelslovens regler om formidleransvar 9
4.3 Persondataloven 9

Afsnit 5
Markedsføring af onlinetjenester **10**

Afsnit 6
Forbrugerinformation **11**

Afsnit 7
Indlevering af brugeranmeldelser **12**

Afsnit 8
Behandling af brugeranmeldelser **14**

Afsnit 9
Offentliggørelse af brugeranmeldelser **16**

Afsnit 10
Andre bestemmelser **18**

Bilag **19**

Efter forhandling med Forbrugerrådet Tænk, Dansk Erhverv, Danske Medier, Foreningen for Dansk Internethandel, DI Handel og med Dansk Standard som observatør udsteder Forbrugerombudsmanden i medfør af markedsføringslovens § 29, stk. 1, nedenstående retningslinjer med tilhørende kommentarer.

Baggrund for retningslinjerne

Udviklingen viser, at forbrugerne i stigende omfang benytter sig af online brugeranmeldelser, før de træffer en beslutning om køb af en vare eller en tjenesteydelse. Det rejser spørgsmål om, hvorvidt disse brugeranmeldelser er troværdige, således at forbrugerne kan fæste lid til bedømmelserne, da de i modsat fald risikerer at træffe beslutning om køb på et forkert grundlag.

Hensynet til troværdig forbrugerinformation, virksomhedernes og anmeldernes retssikkerhed samt overholdelsen af lovgivningens regler stiller derfor store krav til de erhvervsdrivende, der stiller onlinetjenester til rådighed for offentliggørelse af forbrugernes købsoplevelser.

Baggrunden for offentliggørelse af en brugeranmeldelse eller kundebedømmelse kan være uigennemskuelig for forbrugerne. Fx kan initiativet til kundebedømmelser, som vises på en kommerciel onlinetjeneste, være kommet i stand på forskellig vis.

Kundebedømmelsen kan således være indleveret på forbrugerens eget initiativ, efter opfordring fra formidleren af onlinetjenesten eller fra den virksomhed, som brugeranmeldelsen vedrører. Herudover kan de erhvervsdrivende benytte forskellige incitamenter for at få forbrugerne til at indlevere eller offentliggøre de ønskede kundebedømmelser. Endvidere er offentliggørelse af falske kundebedømmelser også med til at modvirke en troværdig forbrugerinformation.

Gode brugeranmeldelser spiller også en stor rolle for virksomhederne i deres konkurrence om forbrugernes gunst. Offentliggørelse af falske eller vildledende købsoplevelser om en virksomhed eller dens produkter kan derfor skade virksomhedens omdømme og den fair konkurrence.

Endelig er kundebedømmelser et vigtigt redskab i virksomhedernes bestræbelser på at forbedre deres produkter og kundeservice over for forbrugerne.

Afsnit 1
Formål

Mange forskellige og modsatrettede hensyn gør sig gældende i bestræbelserne på at sikre troværdig forbrugerinformation i form af offentliggjorte kundeoplevelser. Lovgivningen giver i dag ikke altid entydige eller præcise svar på løsningen af de konflikter, der opstår som følge af disse modstående hensyn.

Endvidere er markedet for virksomheder, der udbyder onlinetjenester med det formål at offentliggøre købsoplevelser, kendetegnet ved onlinetjenesternes forskellighed med hensyn til teknisk indretning, funktionalitet samt manuelle og automatiske overvågningssystemer eller mangel på samme. Forskelligheden medfører forskellige procedurer, krav og muligheder i forhold til forbrugere, der vil offentliggøre en købsoplevelse og for virksomheder, der indgår i et samarbejde med en onlinetjeneste.

Formålet med disse retningslinjer er ikke at opstille krav til disse kommercielle onlinetjenesters tekniske indretning, overvågningssystemer eller procedurer for offentliggørelse af en brugeranmeldelse, herunder om en kontrol af anmeldelserne skal ske manuelt, maskinelt, forudgående eller efter anmeldelsens offentliggørelse.

Retningslinjerne har til formål at opstille krav i medfør af markedsføringsloven[1], der sikrer, at de ansvarlige virksomheder uanset den tekniske indretning af deres onlinetjeneste overholder markedsføringsloven og andre centrale bestemmelser i lovgivningen, herunder almindelige retsgrundsætninger.

Retningslinjerne vil derfor efter aftaleparternes opfattelse medvirke til større gennemsigtighed og troværdighed af brugeranmeldelser, der offentliggøres på disse onlinetjenester.

Selvom målgruppen for retningslinjerne er onlinetjenester, der offentliggør brugeranmeldelser og ikke de enkelte virksomheders håndtering heraf, er det fundet hensigtsmæssigt, at retningslinjerne behandler visse aspekter af virksomhedernes anvendelse af brugeranmeldelser.

Retningslinjerne skal samtidig betragtes som en generel forhåndsbesked, der indeholder anvisninger og anbefalinger til virksomheder, som er ansvarlige for disse kommercielle onlinetjenester.

Da der er tale om udstedelse af retningslinjer på et nyt område, som er i en hastig teknologisk udvikling, vil retningslinjerne blive suppleret med "best practice" i takt med de indvundne erfaringer og udviklingen på området. Afgørelser fra Forbrugerombudsmanden vil således løbende blive offentliggjort på forbrugerombudsmanden.dk.

Udtrykket "skal/må" anvendes, hvor anvisningerne følger af markedsføringsloven eller anden forbrugerbeskyttende lovgivning.

Udtrykket "bør" angiver en anbefaling. Forbrugerombudsmanden har ikke taget stilling til, om det i alle tilfælde vil være i strid med loven ikke at følge en sådan anbefaling, men vil vurdere dette på grundlag af de konkrete omstændigheder.

Note 1 Lov nr. 426 af 3. maj 2017 om markedsføring.

Afsnit 2
Anvendelsesområde

Retningslinjerne omfatter onlinetjenester, der har karakter af erhvervsvirksomhed, og som tillader offentliggørelse af brugeranmeldelser for en bredere kreds af forbrugere af et oplevet hændelsesforløb i forbindelse med test, brug, køb eller intentionen om at foretage et køb af en vare eller tjenesteydelse.

Både køb over internettet og køb i fysiske butikker er omfattet af retningslinjerne.

Endvidere medtager retningslinjerne problemstillinger, der knytter sig til erhvervsdrivende, som aktivt benytter de pågældende onlinetjenester i deres markedsføring, uden at der foreligger en aftale herom mellem virksomheden og onlinetjenesterne.

3.1 Kommentarer

Retningslinjerne finder anvendelse på alle onlineapplikationer, herunder hjemmesider, blogs, sociale medier, der kan tilgås via pc, telefon, tablets mv., hvor forbrugere offentliggør købsoplevelser, hvortil offentligheden kan opnå adgang.

Retningslinjerne er afgrænset til aktiviteter, der har karakter af erhvervsmæssig virksomhed, jf. markedsføringslovens § 1, stk. 1. Det vil sige enhver handling foretaget i erhvervsøjemed. Anmeldelser af købsoplevelser vedrørende varer og tjenesteydelser, der stilles gratis til rådighed, er også omfattet af retningslinjerne, når det sker i kommercielt øjemed.

Omfattet af retningslinjerne er brugeranmeldelser, der hidrører fra indgåede og gennemførte aftaler om køb af varer og tjenesteydelser og eftersalgsservice i forbindelse hermed, samt aftaler hvor der fx ikke er sket levering, eller hvor forbrugeren har gjort brug af en fortrydelsesret. Endvidere er test og brug omfattet af retningslinjerne.

Retningslinjerne omfatter også "købsoplevelser", hvor brugeren har haft en intention om at købe, teste eller bruge en vare eller tjenesteydelse, men hvor kontakten eller hændelsesforløbet med virksomheden har bevirket, at der ikke er blevet foretaget et køb.

Brugeranmeldelser, der er offentliggjort på en erhvervsdrivendes egen hjemmeside, eller som kontrolleres af virksomheden, fx en side på et socialt medie, er ikke omfattet af retningslinjerne. I disse tilfælde må forbrugerne forvente, at den erhvervsdrivende kun offentliggør fordelagtige købsoplevelser på sin hjemmeside og profil på et socialt medie. At oplysning om rating og brugeranmeldelser, der ligger på den erhvervsdrivendes egen hjemmeside eller side på et socialt medie, er undtaget fra retningslinjerne betyder, at den erhvervsdrivende selv er ansvarlig for, at det offentliggjorte indhold er i overensstemmelse med markedsføringsloven og anden lovgivning på området.

Professionelle brugeranmeldelser er ligeledes ikke omfattet af retningslinjerne. Det kan fx være en person, der som led i sit ansættelsesforhold hos en bladudgiver har til opgave at teste og offentliggøre sin bedømmelse af restaurantbesøg eller lignende på avisens onlinetjeneste.

Erhvervsdrivende kan som led i deres handelspraksis opfordre deres kunder til at offentliggøre købsoplevelser på onlinetjenester, uden at der foreligger en aftale mellem virksomheden og de pågældende formidlere om vilkårene herfor. Da disse anmeldelser har betydning for gennemsigtigheden og troværdigheden af indholdet på onlinetjenester på lige fod med øvrige anmeldelser, behandler retningslinjerne nogle problemstillinger, der knytter sig hertil.

Afsnit 3
Definitioner

Brugeranmeldelse: En meningstilkendegivelse eller kundebedømmelse af en købsoplevelse fra en forbruger, der har testet, brugt, købt eller har haft intention om at købe en vare eller tjenesteydelse, som er indleveret eller offentliggjort med det formål at oplyse andre forbrugere om sin bedømmelse.

Formidler: Den erhvervsdrivende, der stiller en onlinetjeneste til rådighed for offentliggørelse af brugeranmeldelser, og som er ansvarlig for behandling og offentliggørelse af anmeldelserne.

Bruger: En internetbruger eller en erhvervsdrivende der benytter sig af en onlinetjeneste.

Onlinetjeneste: En online applikation, billeddelingstjeneste, hjemmeside, herunder en undersektion til en hjemmeside, webbaserede softwareprogrammer, blogs og andre sociale tjenester, der har til formål at offentligøre brugeranmeldelser af varer og tjenesteydelser.

Produkt: Vare eller tjenesteydelse.

Brugerbetingelser: Formidlers vilkår for indgivelse af brugeranmeldelser, indsamling, behandling og offentliggørelse af anmeldelserne.

Aftalepart: Erhvervsdrivende der har en aftale med en formidler om indsamling, behandling og offentliggørelse af brugeranmeldelser på formidlernes onlinetjeneste.

Afsnit 4
Regulering af onlinetjenester der offentliggør brugeranmeldelser

4.1. Markedsføringsloven

Formidlers markedsføring, indsamling, behandling og tilladelse til offentliggørelse af brugeranmeldelser skal bl.a. ske under iagttagelse af markedsføringslovens § 3 om god markedsføringsskik, § 4, om god erhvervsskik , §§ 5 og 6 om vildledende handelspraksis, herunder § 6, stk. 4, om skjult reklame mv. og § 10 om uanmodet henvendelse. §§ 4, 5 og 6 skal sammenholdes med § 8, hvorefter det er en betingelse for, at disse bestemmelser er overtrådt, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride forbrugerens økonomiske adfærd.

Markedsføringslovens § 3 har følgende ordlyd:

*"**§ 3.** Erhvervsdrivende skal udvise god markedsføringsskik under hensyntagen til forbrugere, erhvervsdrivende og almene samfundsinteresser, jf. dog stk. 3.*
Stk. 2. Handelspraksis rettet mod børn og unge, eller hvor børn og unge er særligt sårbare over for den pågældende handelspraksis, skal være udformet med særlig hensyntagen til børns og unges naturlige godtroenhed og manglende erfaring og kritiske sans, som bevirker, at de er lettere at påvirke og nemmere at præge, jf. dog stk. 3.
Stk. 3. Hvis den pågældende handelspraksis påvirker forbrugerens økonomiske interesser, finder kapitel 2 anvendelse i stedet for stk. 1 og 2. Såfremt den pågældende handelspraksis samtidig strider mod hensyn, der ikke tilsigter at varetage forbrugernes økonomiske interesser, herunder hensyn til smag og anstændighed, sikkerhed og sundhed eller andre hensyn, eller såfremt den pågældende handelspraksis er reguleret af aftaleretten, finder stk. 1 og 2 anvendelse ved siden af kapitel 2."

Markedsføringslovens § 4 har følgende ordlyd:

*"**§ 4.** En erhvervsdrivende skal i sin handelspraksis over for forbrugerne udvise god erhvervsskik."*

Markedsføringslovens § 5 har følgende ordlyd:

*"**§ 5.** En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke indeholde urigtige oplysninger eller i kraft af sin fremstillingsform eller på anden måde vildlede eller kunne forventes at vildlede gennemsnitsforbrugeren, uanset om oplysningerne er faktuelt korrekte.*
Stk. 2. Vildledning efter stk. 1 kan relatere sig til et eller flere af følgende elementer:
1) Produktets eksistens eller art,
2) de væsentligste egenskaber ved produktet,
3) omfanget af den erhvervsdrivendes forpligtelser, begrundelsen for den pågældende handelspraksis og karakteren af den anvendte salgsproces,
4) erklæringer eller symboler med direkte eller indirekte støtte eller godkendelse af den erhvervsdrivende eller dennes produkter,
5) prisen, den måde, prisen beregnes på, eller en særlig prismæssig fordel,
6) behov for eftersyn, reservedele, udskiftning eller reparation,
7) den erhvervsdrivendes eller dennes agents egenskaber og rettigheder,
8) forbrugerens rettigheder,
9) den erhvervsdrivendes overholdelse af adfærdskodeks, som denne oplyser at være bundet af, eller
10) forveksling med en konkurrents produkt, varemærke eller forretningskendetegn."

Afsnit 4

Markedsføringslovens § 6 har følgende ordlyd:

*"**§ 6.** En erhvervsdrivendes handelspraksis må ikke vildlede ved at udelade eller skjule væsentlige oplysninger eller præsentere væsentlige oplysninger på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde.*

Stk. 2. Ved købsopfordringer betragtes følgende oplysninger som væsentlige:
1) Produktets væsentligste karakteristika i et omfang, der svarer til mediet og produktet,
2) den erhvervsdrivendes fysiske adresse og navn og, hvis en anden erhvervsdrivende handler på dennes vegne, den fysiske adresse og navnet på denne erhvervsdrivende,
3) forhold vedrørende betaling, levering og gennemførelse af aftalen, i det omfang disse forhold afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen,
4) den erhvervsdrivendes fremgangsmåde i forbindelse med klagesagsbehandling, i det omfang den afviger fra, hvad der er sædvanligt i branchen,
5) fortrydelsesret, afbestillingsret eller returret, hvis forbrugeren har en sådan ret,
6) prisen inklusive moms og afgifter og
7) yderligere omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto, i det omfang sådanne omkostninger pålægges.

Stk. 3. Når produktets art medfører, at prisen ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal den erhvervsdrivende oplyse, hvordan prisen beregnes. Når omkostninger vedrørende fragt, levering eller porto ikke med rimelighed kan beregnes på forhånd, skal det oplyses, at disse omkostninger kan forekomme.

Stk. 4. En erhvervsdrivende skal klart oplyse den kommercielle hensigt med enhver form for handelspraksis, herunder reklame. § 8 finder tilsvarende anvendelse.

Stk. 5. Ved vurderingen af, om oplysninger er blevet udeladt efter stk. 1 og 4, skal der tages hensyn til, om den erhvervsdrivende anvender et medie, som kun giver begrænset plads eller tid til at formidle oplysningerne, og hvilke foranstaltninger den erhvervsdrivende i givet fald har truffet for at gøre oplysningerne tilgængelige for forbrugerne på anden måde."

Markedsføringslovens § 8 har følgende ordlyd:

*"**§ 8.** Det er en betingelse for, at der er handlet i strid med §§ 4-7, at den pågældende handelspraksis væsentligt forvrider eller vil kunne forventes væsentligt at forvride den økonomiske adfærd hos gennemsnitsforbrugeren eller, hvis den pågældende handelspraksis rettes mod en særlig gruppe af forbrugere, hos et gennemsnitligt medlem af denne gruppe.*

Stk. 2. En handelspraksis, som den erhvervsdrivende med rimelighed må formode kun forvrider den økonomiske adfærd væsentligt hos en klart identificerbar gruppe af forbrugere, der er særlig sårbare over for denne praksis eller det omhandlede produkt, herunder på grund af mentale eller fysiske handicap, alder eller godtroenhed, vurderes med udgangspunkt i et gennemsnitligt medlem af denne gruppe."

Markedsføringslovens § 10, stk. 1 og 2, har følgende ordlyd:

*"**§ 10.** En erhvervsdrivende må ikke rette henvendelse til nogen ved brug af elektronisk post, et automatisk opkaldssystem eller telefax med henblik på direkte markedsføring, medmindre den pågældende har givet sit forudgående samtykke hertil. Den erhvervsdrivende skal give mulighed for let og gebyrfrit at tilbagekalde samtykket.*
Stk. 2. En erhvervsdrivende, der fra en kunde har modtaget dennes elektroniske adresse i forbindelse med salg af produkter, kan uanset stk. 1 markedsføre egne tilsvarende produkter til kunden via elektronisk post. Det forudsætter dog, at den erhvervsdrivende giver kunden klar og utvetydig mulighed for let og gebyrfrit at frabede sig dette både i forbindelse med afgivelsen af adressen til den erhvervsdrivende og ved hver efterfølgende henvendelse."

Forbrugerombudsmanden vil i sin vurdering af, om en formidler har handlet i strid med markedsføringsloven i relevant omfang inddrage nationale[2] eller internationale standarder i sit beslutningsgrundlag og fortolkning af markedsføringslovens bestemmelser.

4.2. E-handelslovens regler om formidleransvar

E-handelsloven indeholder regler, som opstiller betingelser for, hvornår en formidler ikke ifalder ansvar for opbevaret eller transmitteret indhold[3]. Reglerne er optrykt i bilag 1.
Der henvises endvidere til L'Oréal-dommen. Dommens præmisser om, hvornår en formidler ikke kan påberåbe sig ansvarsfrihed efter § 16 i e-handelsloven for indholdet af den oplagrede information, er gengivet i bilag 2.

4.3. Persondataloven[4]

Efter lovens § 3, nr. 4, er den dataansvarlige den fysiske eller juridiske person m.v., der alene eller sammen med andre afgør, til hvilket formål og med hvilke hjælpemidler der må foretages behandling af oplysninger, mens databehandlerne, jf. lovens § 3, nr. 5, er den fysiske eller juridiske person m.v., der behandler oplysninger på den dataansvarliges vegne.

Såfremt brugeren af en onlinetjeneste til offentliggørelse af brugeranmeldelser har dispositionsret over personoplysninger, der offentliggøres i onlinetjenesten, er brugeren dataansvarlig for den behandling af personoplysninger, der sker som led i offentliggørelsen.

Kan en formidler, der udbyder en onlinetjeneste, disponere over personoplysningerne til egne formål eller i øvrigt uden anmelderens accept, vil formidleren være dataansvarlig og skal iagttage persondatalovens bestemmelser.

Dette vil fx være tilfældet ved udarbejdelse af en rating på baggrund af indkomne bedømmelser af en virksomhed og bibeholdelse af brugeranmeldelser trods anmelders ønske om sletning. Tilsvarende gælder oplysning om anmelderne, som formidleren indsamler med henblik på administration af onlinetjenesten.

I bilag 3 er oplistet en omtale af de mest centrale regler i persondataloven, som formidleren skal iagttage, når formidleren optræder som dataansvarlig.

Note 2 Som eksempel herpå kan nævnes den franske standard NF Z 74-501, Avis en ligne de consommateurs – Principes et exigences portant sur les processus de collecte, modération et restitution des avis en ligne de consommateurs, af 19. juli 2013, der omhandler indsamling, moderation og offentliggørelse af forbrugermeninger.
Note 3 Den ansvarlige for en onlinetjeneste, der har til formål at tillade offentliggørelse af forbrugerbedømmelser, kan efter omstændighederne være formidler af informationssamfundstjenester og dermed omfattet af lov nr. 227 af 22. april 2002 om tjenester i informationssamfundet, herunder visse aspekter af elektronisk handel (e-handelsloven). E-handelslovens §§ 14 - 16 indeholder bl.a. regler om, under hvilke betingelser en formidler af informationssamfundstjenester er fri for ansvar, herunder for medvirkensansvar, for den transmitterede eller oplagrede information på sin onlinetjeneste (objektive ansvarsfrihedsregler). De nævnte ansvarsfrihedsregler gælder både i forhold til straf- og erstatningsansvar. Opfylder formidleren ikke betingelserne for ansvarsfrihed efter e-handelslovens §§ 14-16, kan formidleren gøres straf- eller erstatningsansvarlig, hvis betingelserne for ansvar i dansk ret i øvrigt er opfyldt.
Note 4 Lov nr. 429 af 31. maj 2000 om behandling af personoplysninger med senere ændringer.

Afsnit 5
Markedsføring af onlinetjenester

Såfremt en formidler har et mærke eller et logo tilknyttet sin onlinetjeneste, der kan benyttes af virksomheder, som har en aftale med formidleren om offentliggørelse af brugeranmeldelser på onlinetjenesten, må mærkningsordningen ikke være vildledende eller indeholde urigtige oplysninger. Det betyder, at et mærke eller et logo ikke må give udtryk for mere eller andet, end der er belæg for. I modsat fald kan der være tale om en overtrædelse af markedsføringslovens § 4 og § 5, og efter omstændighederne § 6.

Et mærke eller logo må ikke give forbrugere indtryk af, at virksomheder, der benytter onlinetjenestens mærke eller logo, er sikre at handle hos, eller at de overholder lovgivningens krav, hvis formidleren ikke foretager en effektiv kontrol med, om dette er tilfældet.

Endvidere må det ikke fremgå af markedsføringen, at mærket er udtryk for, at formidlerens brugerbetingelser og samarbejdsaftaler overholder kravene til en standard eller er underlagt kontrol af et uafhængigt organ, der fører tilsyn med overholdelsen af standarden, hvis dette ikke er tilfældet.[5]

Når en formidler også tillader offentliggørelse af brugeranmeldelser vedrørende virksomheder, der ikke er aftalepart, skal disse brugeranmeldelser være underlagt samme kriterier for behandling, bedømmelse, indsigelser m.v., som hvis anmeldelsen vedrørte en aftalepart.

Virksomheder og aftaleparter, der på deres egne hjemmesider og sociale medier anvender brugeranmeldelser og ratings for deres virksomhed, som hidrører fra en onlinetjeneste, er forpligtet til at gengive disse anmeldelser og ratings korrekt, da de i modsat fald efter omstændighederne handler i strid med markedsføringslovens § 4 og §§ 5 og 6.

Kommentarer

Det er Forbrugerombudsmandens opfattelse, at anvendelse af udtryk som "Godkendt", "Maksimal forbrugersikkerhed", "På [mærkets navn]kan du se, om en netbutik er sikker at handle hos" eller lignende er i strid med markedsføringslovens § 5 og § 6, hvis formidleren ikke foretager nogen kontrol med, om de virksomheder, der benytter mærket efter aftale med formidleren, lever op til lovgivningens krav.

Det vil være i strid med markedsføringslovens § 4, hvis en formidler hævder, at formidlerens behandling af brugeranmeldelser på frivillig basis overholder en national eller international standard for offentliggørelse af brugeranmeldelse og ikke kan dokumentere dette. Det tilsvarende gælder, hvis det af markedsføringen fremgår, at fremgangsmåden for offentliggørelse af brugeranmeldelser er certificeret, og dette ikke kan dokumenteres.

Endvidere vil det være i strid med markedsføringslovens §§ 3 og/eller 4 , såfremt en formidler stiller lempeligere krav ved behandlingen af brugeranmeldelser, der hidrører fra aftaleparter, end til andre anmeldelser.

Note 5 Markedsføringsloven indeholder et bilag med en oversigt over former for handelspraksis, som altid anses for vildledende eller aggressive, jf. lovens § 9. En handelspraksis anses for vildledende efter nr. 2 i bilaget når: "Den erhvervsdrivende fremviser kvalitetscertificering, kvalitetsmærke eller tilsvarende uden at have opnået den nødvendige tilladelse."

Afsnit 6
Forbrugerinformation

Formidleren skal i sine brugerbetingelser oplyse om vilkår og betingelser for indgivelse og offentliggørelse af brugeranmeldelser, herunder om indsamling og behandling af disse, som anmelderne accepterer[6] på tidspunktet for registrering eller indlevering af en anmeldelse.

Brugerbetingelserne, herunder grundlæggende principper i fremgangsmåden for indgivelse af anmeldelser, en eventuel anvendelse af vægtning af anmeldelserne og de valgte metoder til sammenfatning af bedømmelser for et produkt, skal i en overordnet form være let tilgængelige for offentligheden og for brugerne af onlinetjenesten på en let forståelig måde.

Tilsvarende gælder oplysninger om eventuelle krav til dokumentation for et køb, formidlers tidsfrister for behandling af anmeldelser, kriterier for afvisning af anmeldelser eller redigering i anmeldelsens tekst, formidlers eventuelle adgang til at fjerne disse efter offentliggørelse samt om automatisk fjernelse af offentliggjorte anmeldelser efter en forud fastsat tidsperiode.

Der skal endvidere oplyses om adgangen til at gøre opmærksom på ulovligt eller upassende indhold og om betingelserne for at tage til genmæle.

De overordnede betingelser for status som aftalepart skal ligeledes klart fremgå af formidlers onlinetjeneste.

Kommentarer
De oplysninger, som anmelderen aktivt skal acceptere for at indgive en anmeldelse, drejer sig bl.a. om krav til indholdet af den tekst, som ønskes offentliggjort, og om oplysning om anmelder, herunder om dennes identitet og kontaktoplysninger til brug for formidler, således at anmelderen kan kontaktes. Hvis der er rejst berettiget tvivl om rigtigheden af indholdet i en anmeldelse, og det ikke er muligt at komme i kontakt med anmelderen via dennes kontaktoplysninger, kan formidleren slette anmeldelsen.

Det vil ikke være i strid med markedsføringsloven, at brugerbetingelserne tillader, at en anmelder kan optræde anonymt i den offentliggjorte anmeldelse.

Af brugerbetingelserne bør det endvidere fremgå, hvorledes indgivne anmeldelser behandles, herunder om der sker en forudgående eller efterfølgende maskinel eller manuel behandling af disse.

Note 6 Det er tvivlsomt, om der i medfør af god markedsføringskik eller god erhvervsskik påhviler formidler en forpligtelse til at opstille en acceptproces forud for offentliggørelse af brugeranmeldelser. En formidler, som ikke opstiller betingelser for offentliggørelse af brugeranmeldelser, og som forholder sig passivt til det offentliggjorte indhold, udsætter sig selv for en stor risiko for at ifalde straf- eller erstatningsansvar for ulovligt indhold, og tilliden til indholdet af tjenesten må antages at være meget begrænset.

Afsnit 7
Indlevering af brugeranmeldelser

Fremgangsmåden for indlevering og offentliggørelse af en brugeranmeldelse i det online-system, som formidler stiller til rådighed, skal sikre, at behandlingen af anmeldelser sker på en objektiv måde, der kan kontrolleres, og hvor anmelderen med fuldt kendskab til formidlers brugerbetingelser kan udtrykke sin mening, uden at denne påvirkes uden saglig begrundelse under processen.

Formidleren bør så vidt muligt udvikle processer og tekniske overvågningssystemer til kontrol af, at brugeranmeldelser er i overensstemmelse med formidlerens brugerbetingelser. Fremgangsmåden for indgivelse eller offentliggørelse af brugeranmeldelser må ikke føre til vildledende eller urigtig information. Fx skal købsoplevelsen, og hvis det er nødvendigt det involverede produkt, være tilstrækkeligt præcist beskrevet. Endvidere må selve formularens eller bedømmelsens struktur ikke påvirke brugeranmeldelsen i en bestemt retning.

Der må ikke ske en udvælgelse af anmeldelser til offentliggørelse ud fra brugernes positive eller negative erfaringer med hændelsesforløbet ved købet eller en anden forudgående sortering af de kunder, der opfordres til at indgive en anmeldelse.[7]

En opfordring til at indgive en brugeranmeldelse skal give tydelige oplysninger om den erhvervsdrivende, som anmeldelsen angår, og om den der opfordrer brugerne til at indgive anmeldelsen. Herudover skal der bl.a. gives oplysning om anvendelse af anmeldelsen, stedet for en eventuel offentliggørelse samt hvilket indhold og oplysninger om brugeren, der vil blive offentliggjort.

Tillader onlinetjenestens brugerbetingelser, at der indgives anmeldelser mod betaling eller anden fordel, herunder deltagelse i en konkurrence, skal det klart fremgå af brugerbetingelserne, at anmelderen er forpligtet til at oplyse herom. Endvidere skal forpligtelsen oplyses på det sted, hvor anmeldelsen skrives, således at det fremgår tydeligt af den offentliggjorte brugeranmeldelse, om sådan betaling eller ydelse af andre fordele har fundet sted.

Når formidleren er bekendt med, at en eller flere anmeldelser er indgivet mod betaling eller anden fordel, skal dette klart og tydeligt fremgå i forbindelse med den præsentation, brugerne får fx i starten af den pågældende virksomheds anmelderside på onlinetjenesten og det sted, hvor virksomhedens samlede rating er opført eller på en anden klar måde for brugerne.

Note 7 Det er tvivlsomt, om princippet om ikke at selektere i opfordringerne til at indgive kundeanmeldelser også gælder i forhold til virksomheder, der ikke har status af aftalepart, når virksomheden kun opfordrer tilfredse eller "forventede" tilfredse kunder til at anmelde en købsoplevelse på en formidlers onlinetjeneste. Fremgangsmåden kan dog efter omstændighederne anses som urimelig markedsføring i strid med god skik, jf. markedsføringslovens § 3 og/eller § 4, hvis opfordringen klart er i strid med den pågældende formidlers brugerbetingelser, og virksomheden vidste eller burde vide dette, samt at anmeldelserne konkret er egnet til at skade troværdigheden af indholdet på den pågældende onlinetjeneste og dermed formidlerens virksomhed.

Tilbydes anmelderen betaling eller anden fordel for at indgive en bedømmelse, uanset om bedømmelsen er indgivet uopfordret, eller den er indgivet efter opfordring, må betalingen eller fordelen ikke afhænge af indholdet af den foretagne bedømmelse. Endvidere skal vilkår og betingelser for opnåelse af betalingen eller fordelen klart fremgå af opfordringen.

Kommentarer

Kun fysiske personer kan indgive en anmeldelse, og anmeldelsen skal kunne forbindes med ophavsmanden. Formidleren skal have tilstrækkelige oplysninger til at kunne kontakte ophavsmanden for at kontrollere anmeldelsens ægthed og, hvis der er anledning hertil, kontrollere, at anmelder på behørig vis kan dokumentere det køb eller sandsynliggøre hændelsesforløbet, som anmeldelsen vedrører.

Når en formidler eller en virksomhed opfordrer en forbruger til at anmelde en købsoplevelse hos virksomheden, er dette efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke i strid med markedsføringslovens §§ 3, 4 og 10, hvis henvendelsen hverken indeholder markedsføring af virksomheden eller formidleren, men alene fremtræder helt neutralt.

Det er efter Forbrugerombudsmandens opfattelse dog i strid med markedsføringslovens § 3, såfremt en formidler eller en virksomhed fremsender en opfordring om at anmelde en købsoplevelse, uagtet forbrugeren udtrykkeligt har frabedt sig yderligere henvendelser fra den pågældende virksomhed.

Det følger endvidere af markedsføringslovens § 6, at betingelserne for at opnå betaling eller anden særlig fordel, som måtte stilles i udsigt til gengæld for indgivelse af en brugeranmeldelse, ikke må udelades eller skjules eller præsenteres på en uklar, uforståelig, dobbelttydig eller uhensigtsmæssig måde,, herunder må oplysninger om værdien af den særlige fordel ikke udelades.

Erhvervsdrivende bør under alle omstændigheder være tilbageholdende med at tilbyde modydelser som belønning for indgivelse af brugeranmeldelser, da det vil øge risikoen for en anden og mere positiv bedømmelse end når, der ikke tilbydes en sådan fordel.

Når formidleren er bekendt med, at anmeldere fra en virksomhed har modtaget betaling eller anden fordel for afgivelse af deres anmeldelse, skal dette klart og tydeligt fremgå for brugerne af onlinetjenesten. Formidlerne kan fx opfylde denne informationspligt ved i starten af den pågældende virksomheds anmelderside, og på det sted hvor virksomhedens samlede rating er opført, at oplyse: "Alle anmeldere er blevet tilbudt at deltage i en konkurrence som tak for afgivelse af deres anmeldelse."

Afsnit 8
Behandling af brugeranmeldelser

Formidlerens behandling af anmeldelser skal sikre, at disse er i overensstemmelse med formidlerens generelle brugerbetingelser.[8] En anmeldelse skal derfor enten afvises eller offentliggøres inden for en frist, der er oplyst i formidlerens brugerbetingelser. Fristen skal finde anvendelse, uanset om vurderingerne er positive eller negative.

Formidleren kan anvende en hel eller delvist automatiseret behandlingsproces eller manuel behandling til overvågning af, om indhold er ulovligt eller ikke er i overensstemmelse med brugerbetingelserne. Ved konstatering af gentagende ulovlige anmeldelser eller tilsidesættelse af brugerbetingelserne vedrørende et bestemt produkt i forbindelse med en købsoplevelse eller en række produkter fra en bestemt virksomhed følger det af god skik, at formidleren skal tage særlige skridt for at sikre sig mod lignende krænkelser.[9]

En anmelder skal informeres om en afvisning af en brugeranmeldelse og om årsagen hertil. En anmeldelse kan navnlig afvises, hvis formidleren vurderer, at denne kan pådrage sig erstatningsansvar eller strafansvar ved offentliggørelse, fx fordi tekstindholdet omfatter chikane eller injurier, ikke angår den vurderede genstand eller viser, at anmelder ikke har gjort egen forbrugererfaring.

Anmelder og formidleren kan ikke ændre en allerede offentliggjort brugeranmeldelse, da der i modsat fald vil kunne rejses spørgsmål om manipulation med tekstindholdet. Dog kan formidler fjerne ulovligt indhold eller indhold i strid med brugerbetingelserne, hvis det klart markeres i teksten eller i grove tilfælde fjerne hele anmeldelsen.

Hvis en anmelder ønsker sin anmeldelse fjernet, bør dette imødekommes, medmindre formidleren vurderer, at anmeldelsen er korrekt og bør opretholdes. I sidstnævnte tilfælde skal anmelderens navn anonymiseres, hvis anmelderen anmoder herom.

En anmelder kan dog altid indlevere en ny anmeldelse (eventuelt som replik eller genmæle) eller opdatere den tidligere anmeldelse i form af en separat dateret tilføjelse. I begge tilfælde skal dette ske med respekt af den tidligere offentliggjorte anmeldelse og i tilknytning til denne.

Note 8 Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2000/31/EF af 8. juni 2000 om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked (e-handeldirektivet) indeholder et forbud mod at pålægge en formidler en generel forpligtelse til overvågning af indhold. Af direktivets artikel 15, stk. 1, fremgår "Med hensyn til levering af de i artikel 12, 13 og 14 omhandlede tjenester må medlemsstaterne ikke pålægge tjenesteyderne en generel forpligtelse til at overvåge den information, de fremsender eller oplagrer, eller en generel forpligtelse til aktivt at undersøge forhold eller omstændigheder, der tyder på ulovlig virksomhed."
Efter direktivets betragtning 40 er forbuddet ikke til hinder for, at formidleren selv indfører tekniske eller personlige overvågningsmekanismer. Betragtningen har følgende ordlyd: "[…] Ansvarsbestemmelserne i dette direktiv bør ikke være til hinder for, at de forskellige berørte parter udvikler og faktisk gennemfører tekniske beskyttelses- og identifikationssystemer samt tekniske overvågningsinstrumenter, som er muliggjort af den digitale teknik, inden for de grænser, der er fastsat i direktiv 95/46/EF og 97/66/EF."
Note 9 Af e-handelsdirektivets betragtning 48 fremgår på linje hermed: "Dette direktiv berører ikke medlemsstaternes mulighed for at pålægge tjenesteydere, som oplagrer oplysninger, der er fremsendt af modtagere af deres tjeneste, pligt til en sådan agtpågivenhed, som med rimelighed kan forventes af dem, og som der er fastsat bestemmelser om i den nationale lovgivning, med henblik på at afsløre og forhindre visse former for ulovlige aktiviteter."

Kommentarer

Selvom formidleren ikke kan pålægges en generel overvågningsforpligtelse, bør denne i videst muligt omfang sikre sig mod gentagne anmeldelser, der indeholder chikane, falske eller ulovlige anmeldelser bl.a. ved anvendelse af personlige eller tekniske overvågningsmekanismer.

Opdager formidleren forhold, der giver væsentlige grunde til at formode, at informationerne er falske, vildledende eller ukorrekte, fx på grund af, at der er et unormalt højt antal anmeldelser vedrørende en bestemt virksomhed over en begrænset periode, at der er unormalt mange anmeldelser fra samme e-mailadresse eller IP-adresse, at sprogbrugen er overordentlig positiv, at der er anvendt et reklameagtigt sprog, eller at der i mange anmeldelser om det samme produkt er anvendt en ensartet tekst, bør formidleren undersøge rigtigheden af brugeranmeldelserne.

Formidleren kan i den forbindelse markere og overvåge anmelderens profil som suspekt eller bringe den pågældende anmelders registrering til ophør og fjerne samtlige brugeranmeldelser, der er forbundet med denne konto, jf. nærmere afsnit 10 om ansvarsregler for formidleren. Formidlerens behandling af en brugeranmeldelse skal som hovedregel føre til offentliggørelse eller afvisning af brugeranmeldelsen.

Det vil således være i strid med god skik helt eller delvist at ændre indholdet af bedømmelsen som fx at korrigere stavefejl i en mening, ændre en anmelders pseudonym, maskere en del af teksten, retouchere et billede eller ændre en video.

En formidler kan dog som et alternativ til fjernelse af hele anmeldelsen vælge at fjerne et specifikt ulovligt indhold eller følsomme personoplysninger i en tekst, hvis dette klart markeres i teksten.

Som eksempler på årsager til hel eller delvis afvisning af en brugeranmeldelse eller en kommentar til en anmeldelse, der bør fremgå af formidlerens brugerbetingelser, kan nævnes at tekstindholdet

- *er helt uforståeligt,*
- *indeholder åbenlyst upassende kommentarer eller grovheder, chikane eller injurier om en anmeldelse eller om anmelderen,*
- *omfatter personlige informationer, såsom navne, private telefonnumre, fysisk adresse eller e-mailadresse på personer, der ikke har givet samtykke hertil,*
- *indeholder et nummer på et kreditkort, et cpr.nr., et bankkontonummer eller enhver anden information, der kan medføre identitetstyveri, eller*
- *indeholder en falsk anmeldelse eller i øvrigt er i strid med lovgivningen.*

Afsnit 9
Offentliggørelse af brugeranmeldelser

Alle anmeldelser såvel positive som negative skal vises i kronologisk rækkefølge eller på en anden objektiv og neutral måde. Hver anmeldelse skal så vidt muligt offentliggøres i sin helhed med dato for indlevering samt dato for køb eller forbrugsoplevelse.

Offentliggørelsen af en brugeranmeldelse bør ske hurtigst muligt. Fristen for offentliggørelse af en anmeldelse skal fremgå af formidlers brugerbetingelser. Der skal gælde samme frist for offentliggørelse af positive og negative anmeldelser.

Samler formidler samtlige brugeranmeldelser for en virksomhed i én samlet bedømmelse, skal det på en overordnet og tydelig måde oplyses, hvordan bedømmelsen er konstrueret med oplysning om det samlede antal anmeldelser, der indgår i bedømmelsen.

Formidleren skal hurtigst muligt tage skridt til at slette en anmeldelse med et ulovligt indhold, som formidleren har fået kendskab til ved anvendelse af personlige eller tekniske overvågningsmekanismer.[10]

Endvidere skal brugere og en repræsentant for det vurderede produkt have mulighed for over for formidler at gøre indsigelse mod en offentliggjort anmeldelse.[11] Indsigelserne skal behandles hurtigst muligt i overensstemmelse med formidlerens brugerbetingelser. I behandlingsperioden kan formidleren lade indsigelserne og de berørte anmeldelser omfatte af en markering eller suspension.

Der skal endvidere være adgang for repræsentanten for det vurderede produkt til uden vederlag at tage til genmæle over for en anmeldelse. Genmælet skal vises samme sted på onlinetjenesten som den pågældende anmeldelse.

Formidleren kan fastsætte en tidsfrist for fjernelse af offentliggjorte anmeldelser. Denne frist kan variere efter produktets kategori. Dog bør formidleren ikke på eget initiativ inden for et år fjerne en brugeranmeldelse, medmindre dette sker på anmelderens initiativ.

Formidleren skal skelne mellem profilens informationer (offentligt tilgængelige) og samtlige informationer, som afgives af anmelderen ved registrering på webstedet, således at webstedets standardopsætning beskytter forbrugerens privatliv.

Note 10 Af e-handelslovens § 16, stk. 1, nr. 2, fremgår, at formidleren er fri for ansvar, hvis denne straks tager skridt til at fjerne informationen eller hindre adgangen til informationen fra det tidspunkt, hvor formidleren får kendskab til den ulovlige eller skadevoldende aktivitet eller forhold eller omstændigheder, hvoraf den skadevoldende aktivitet eller information fremgår.
Note 11 Hverken e-handelsloven eller e-handelsdirektivet indeholder bestemmelser om proceduren for anmeldelse og fjernelse af ulovligt indhold (notice-and-take-down procedure). Derimod opfordrer betragtning 40 i direktivet til selvregulering på dette område ved udarbejdelse af hurtige og pålidelige ordninger, der gør det muligt at fjerne ulovligt indhold og hindre adgangen til den.

Kommentarer

Formidleren må ikke være selektiv, men skal offentliggøre samtlige brugeranmeldelser, uanset om de er positive eller negative, når de er i overensstemmelse med formidlerens brugerbetingelser.

Hvis der kun vises et uddrag af en bedømmelse på onlinetjenesten, skal uddraget indeholde et link til den komplette vurdering.

Bedømmelser bør videregives hurtigt muligt, da en sen offentliggørelse kan påvirke den samlede bedømmelse af produktet.

Samtidigt er det vigtigt, at formidleren har den nødvendige tid til at vurdere, om en tilkendegivelse, af at en anmeldelse er ulovlig, falsk eller korrekt. Ved vurderingen heraf kan det være nødvendigt, at formidleren indhenter dokumentation fra anmelderen og efter omstændighederne tillige juridisk bistand, således at formidleren ikke træffer en forkert beslutning om fjernelse eller opretholdelse af anmeldelsen til skade for den brugergenererede brugeranmeldelse eller for den krænkede part. Endvidere vil en forkert vurdering efter omstændighederne kunne medføre et formidleransvar. Formidleren kan derfor i brugerbetingelserne sikre sig den fornødne adgang til at suspendere en anmeldelse, dvs. fjerne anmeldelsen midlertidigt, indtil der er truffet en afgørelse om offentliggørelse eller til at markere, at en anmeldelse undersøges nærmere med hensyn til, om anmeldelsen kan opretholdes.

Efter anmodning fra en anmelder kan formidleren, jf. punkt 9, vælge at fjerne en bedømmelse, korrigere denne eller anonymisere anmelderen, samtidigt med at muligheden for sporing bevares med henblik på efterfølgende kontrol af bedømmelsen i forbindelse med evaluering fra en pålidelig tredjeparts side eller fra en myndighed.

Formidleren skal bevare en historik over brugeranmeldelser, der er fjernet fra webstedet, og om årsagen hertil i mindst et år fra datoen for fjernelse af bedømmelsen. Dette gælder dog ikke for anmeldelser, der er automatisk fjernet som følge af tidsfrister fastsat i formidlers brugerbetingelser.

Afsnit 10
Andre bestemmelser

Evalueringsklausul
Retningslinjerne kan tages op til evaluering efter behov dog senest 3 år fra datoen for deres ikrafttræden. Enhver aftalepart kan anmode Forbrugerombudsmanden om en drøftelse af spørgsmålet om en revision.

Ikrafttræden
Retningslinjerne træder i kraft den 1. maj 2015.

Bilag

Bilag 1
Uddrag af lov nr. 227 af 22. april 2002 om tjenester i informationssamfundet, herunder visse aspekter af elektronisk handel.

"§ 14. En tjenesteyder, som på et kommunikationsnet transmitterer information, der leveres af en tjenestemodtager, er ikke ansvarlig for den transmitterede information, hvis tjenesteyderen

1) ikke selv tager initiativ til transmissionen,
2) ikke udvælger modtageren af transmissionen og
3) hverken udvælger eller ændrer den transmitterede information.

Stk. 2. Transmission som nævnt i stk. 1 omfatter også automatisk, mellemliggende og kortvarig oplagring af information, hvis denne oplagring udelukkende har til formål at gennemføre transmissionen, og hvis oplagringen ikke varer længere, end hvad der med rimelighed kan antages at være nødvendigt for at gennemføre transmissionen.

Stk. 3. Bestemmelserne i stk. 1 og 2 gælder også for en tjenesteyder, der leverer adgang til et kommunikationsnet."

"§ 15. En tjenesteyder, som på et kommunikationsnet transmitterer information, der leveres af en tjenestemodtager, er ikke ansvarlig for automatisk, mellemliggende og midlertidig oplagring af denne information eller for indholdet af informationen, hvis oplagringen alene er foretaget med henblik på at gøre senere transmission af informationen til andre tjenestemodtagere efter disses anmodning mere effektiv, og hvis tjenesteyderen

1) ikke ændrer informationen,
2) overholder betingelserne for adgang til informationen,
3) overholder de regler om ajourføring af informationen, der er almindeligt anerkendt og anvendt i branchen,
4) ikke foretager indgreb i den lovlige anvendelse af teknologi, som er almindeligt anerkendt og anvendt i branchen, for at skaffe sig data om anvendelsen af informationen og
5) straks tager skridt til at fjerne den information, tjenesteyderen har oplagret, eller til at hindre adgangen til den, når tjenesteyderen får kendskab til, at informationen er blevet fjernet fra nettet eller adgangen til den hindret, eller at en domstol eller en administrativ myndighed har krævet informationen fjernet eller adgangen til den hindret."

"§ 16. En tjenesteyder er ikke ansvarlig for oplagring af information eller for indholdet af den oplagrede information, når oplagringen sker på anmodning af en tjenestemodtager, der har leveret informationen, og hvis tjenesteyderen

1) ikke har kendskab til den ulovlige eller skadevoldende aktivitet eller information og, for så vidt angår erstatningskrav, ikke har kendskab til forhold eller omstændigheder, hvoraf den skadevoldende aktivitet eller information fremgår, eller
2) fra det tidspunkt, hvor tjenesteyderen får et kendskab som nævnt i nr. 1, straks tager skridt til at fjerne informationen eller hindre adgangen til den.

Stk. 2. Bestemmelsen i stk. 1 finder ikke anvendelse, når tjenestemodtageren handler under tjenesteyderens myndighed eller kontrol."

Bilag 2
EU-domstolens dom af 12. juli 2011 i sag C-324/09 L'Oréal mod eBay præmis 116, 119 og 123.

Dommen behandler nærmere spørgsmålet om, hvornår en operatør (formidler efter disse retningslinjer) har haft en så aktiv rolle med et sådant kendskab eller kontrol med lageret information til følge, at operatoren ikke kan påberåbe sig ansvarsbegrænsningen i artikel 14 i e-handelsdirektivet. Dommens præmisser har følgende ordlyd:

Præmis 116
"Såfremt operatøren derimod har ydet bistand bestående i bl.a. at optimere eller fremme de omhandlede slagsudbud, skal det bemærkes, at han ikke har haft en neutral rolle i forholdet mellem sine kunder, der er sælgere, og potentielle købere, men har udøvet en aktiv rolle, som giver ham kendskab til eller kontrol over de lagrede informationer vedrørende disse salgsudbud. Operatøren kan dermed ikke påberåbe sig ansvarsbegrænsningen i artikel 14 i direktiv 2000/31 for så vidt angår disse oplysninger."

Præmis 119
"Såfremt tjenesteyderen udelukkende har foretaget en rent teknisk og automatisk behandling af oplysningerne, og reglen i artikel 14, stk. 1, i direktiv 2000/31 dermed finder anvendelse på ham, er han imidlertid udelukkende fritaget for ansvar for de ulovlige informationer, som han har lagret, under forudsætning at, at han ikke har haft "konkret kendskab til den ulovlige aktivitet eller information" og, for så vidt angår erstatningskrav, ikke har haft "kendskab til forhold eller omstændigheder, hvoraf den ulovlige aktivitet eller information fremgår", eller, at han fra det øjeblik, hvor han fik et sådant kendskab, straks tog skridt til at fjerne den omhandlede information eller hindre adgang til den."

Præmis 123
"Henset hertil, skal spørgsmål 9 besvares med, at artikel 14, stk. 1, i direktiv 2000/31 skal fortolkes således, at den finder anvendelse på en operatør af en online-markedsplads, såfremt den pågældende ikke har spillet en aktiv rolle, som giver ham kendskab til eller kontrol med de lagrede oplysninger. Operatøren spiller en aktiv rolle, når han yder bistand bestående i bl.a. at optimere de omhandlede salgsudbud, eller gør reklame herfor."

Bilag 3
Visse bestemmelser i lov nr. 429 af 31. maj 2000 om behandling af personoplysninger med senere ændringer

Dokumentet er udarbejdet af Datatilsynet.

Persondataloven gælder ifølge lovens § 1, stk. 1, for behandling af personoplysninger, hvorved forstås enhver information om en identificeret eller en identificerbar fysisk person, jf. lovens § 3, stk. 1. Oplysninger om enkeltmandsfirmaer og interessentselskaber er også omfattet af loven, i det omfang interessenterne er fysiske personer.

I det omfang formidler af en onlinetjenesten, der har til formål at offentliggørelse brugeranmeldelser, optræder som dataansvarlig og dermed skal iagttage persondatalovens bestemmelser, skal Datatilsynet særligt henlede opmærksomheden på følgende bestemmelser:

§§ 5-8 og 11 om hjemmel til behandling af oplysninger
Behandling, herunder indsamling, registrering, offentliggørelse og videregivelse, af personoplysninger i forbindelse med brugeranmeldelser skal ske i overensstemmelse med behandlingsreglerne i persondatalovens kapitel 4, herunder de grundlæggende principper, som er indeholdt i persondatalovens § 5. Dette både ved behandling af personoplysninger indsamlet direkte fra en registreret og fra en tredjepart.

§ 28 om meddelelsespligt ved indsamling af oplysninger hos den registrerede
Ved indsamling af oplysninger hos den registrerede skal den dataansvarlige eller dennes repræsentant, jf. persondatalovens § 28, stk. 1, give den registrerede meddelelse om den dataansvarliges og dennes repræsentants identitet, formålene med behandlingen, hvortil oplysningerne er bestemt, og alle yderligere oplysninger, der under hensyn til de særlige omstændigheder, hvorunder oplysninger er indsamlet, er nødvendige for, at den registrerede kan varetage sine interesser, eksempelvis kategorier af modtagere og om reglerne om indsigt i og om berigtigelse af de oplysninger, der vedrører den registrerede.

Er den registrerede allerede bekendt med disse oplysninger, gælder § 28, stk. 1, ikke, jf. § 28, stk. 2.

§ 29 om meddelelsespligt ved oplysninger, der ikke er indsamlet hos den registrerede
I tilfælde, hvor oplysninger ikke er indsamlet hos den registrerede, følger det af lovens § 29, stk. 1, at det påhviler den dataansvarlige eller dennes repræsentant ved registreringen, eller hvor de indsamlede oplysninger er bestemt til videregivelse til tredjemand, senest når videregivelsen finder sted, at give den registrerede meddelelse om den dataansvarliges eller dennes repræsentants identitet samt formålet med behandlingen. Den dataansvarlige skal endvidere give meddelelse om alle yderligere oplysninger, der efter forholdets særlige omstændigheder er nødvendige for, at den registrerede kan varetage sine interesser, herunder f.eks. indsamlede oplysningstyper og kategorier af eventuelle modtagere af oplysningerne.

Er den registrerede allerede bekendt med disse oplysninger, gælder § 29, stk. 1, ikke, jf. § 29, stk. 2.

Bestemmelsen i § 29, stk. 1, gælder endvidere ikke, hvis underretning af den registrerede viser sig umulig eller er uforholdsmæssig vanskelig, jf. § 29, stk. 3.

§ 35 om indsigelse
Det følger af persondatalovens § 35, stk. 1, at den registrerede til enhver tid over for den dataansvarlige kan gøre indsigelse mod, at oplysninger om vedkommende gøres til genstand for behandling. Hvis indsigelsen efter stk. 1 er berettiget, må behandlingen ikke længere omfatte de pågældende oplysninger, jf. § 35, stk. 2.

§ 37, stk. 1, om berigtigelse, sletning eller blokering af oplysninger
Det følger derudover af persondatalovens § 37, stk. 1, at en dataansvarlig skal berigtige, slette eller blokere oplysninger, der viser sig at være urigtige eller vildledende eller på lignende måde er behandlet i strid med lov eller bestemmelser udstedt i medfør af lov, hvis en registreret person fremsætter anmodning herom.

§ 41, stk. 3, om sikkerhed
Af persondatalovens § 41, stk. 3, fremgår, at der skal træffes de fornødne tekniske og organisatoriske sikkerhedsforanstaltninger mod, at oplysninger hændeligt eller ulovligt tilintetgøres, fortabes eller forringes, samt mod, at de kommer til uvedkommendes kendskab, misbruges eller i øvrigt behandles i strid med loven.

Pligten til at træffe fornødne sikkerhedsforanstaltninger påhviler efter persondatalovens § 41, stk. 3, såvel den dataansvarlige som en eventuel databehandler.