

Til Folketingets Kulturudvalg

Tak for høringsbrev om arbejdsgruppen om medieansvar og medieetik under Folketingets Kulturudvalg.

Kreativitet & Kommunikation støtter ideen om, at der nedsættes en parlamentarisk arbejdsgruppe, der skal se nærmere på personfølsomme oplysninger. Ovenpå Se- og Hør-skandalen er der utvivlsomt et behov for at se nærmere på om, om lovgivningen er tilstrækkelig i dag. Vi finder det dog vigtigt at understrege, at en så konkret og enkeltstående sag, der indeholder grove strafferetlige aspekter, ikke kommer til at sætte baren for, hvordan den europæiske databeskyttelsesforordning skal udformes. Her bør udgangspunktet være, at danske virksomheder overholder loven, og at der allerede findes et strafferetligt system, der sanktionerer sådanne overtrædelser.

Det ville dog tjene et godt formål, hvis arbejdsgruppen undersøger, hvor tidsvarende og balancerede udkastet til databeskyttelsesforordningen er. For os er det helt centralt for at undgå retsusikkerhed, at forordningen får et langt mere konkret indhold uden upræcise programmerklæringer, der gør det vanskeligt at forudsige reglernes materielle indhold og med risiko for, at reglerne fortolkes forskelligt i de enkelte medlemslande.

Ligeledes er det vigtigt, at Kommissionens beføjelser til at supplere forordningen med delegerede retsakter nøje overvejes, da indholdet af sådanne retsakter kan få ganske vidtrækkende betydning for forordningens reelle indhold. Vi anbefaler derfor, at der opstilles regler for, at sådanne retsakter undergives en grundlig høringsprocedure.

Dernæst vil vi gerne komme med det forslag, at der indføres en bestemmelse, der opfordrer de enkelte brancher til at udarbejde "Best Practice anbefalinger" gældende for forskellige brancher og retsområder. Her kunne man tage nogle af de emner op, som er vanskelige at beskrive med få ord i en lov. Det kunne fx vedrøre "Best practice for retten til at blive glemt", "Best practise for datamining", "Best practise for samtykke og indsigt" osv. Best practise-regler bør naturligvis udarbejdes af de berørte brancher i samarbejde med forbrugerrepræsentanter og eventuelt også gerne af myndighederne.

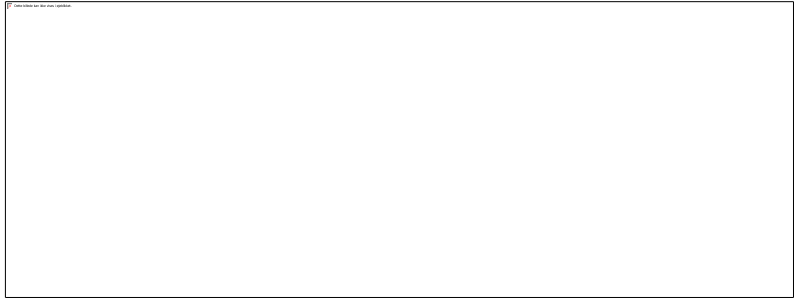
Vi lægger også vægt på, at reguleringen af databeskyttelsen sker i forordningsform, så der sikres ensartet regulering i hele EU. Kun herigennem er det muligt at gennemføre europæiske markedsføringskampagner kommercielt effektivt og sikre ens konkurrencevilkår.

Forordningen gælder i sagens natur kun inden for EU, ikke globalt. Det er en udfordring, fordi mange tjenester kommer uden for EU, enten fra USA eller også fra mere eksotiske tredjelande. De regler, forordningen indeholder, vil på mange områder typisk være strengere end reglerne uden for EU. Det er derfor vores håb, at der med en forordning også vil blive afsat de fornødne ressourcer til i muligt omfang at håndhæve forordningen over for virksomheder uden for EU, samt at der via internationale konventioner og traktater sikres, at landene uden for EU også forpligter sig til at prioritere området og indføre regler på niveau med EU-forordningen.

Jeg vedhæfter vores seneste notat om forordningsforslaget. I er meget velkomne til at kontakte mig med spørgsmål til ovenstående.

Med venlig hilsen  
Tine Aurvig-Huggenberger

Tine Aurvig-Huggenberger  
CEO



[tah@kreakom.dk](mailto:tah@kreakom.dk) | +45 2127 9620  
[kreativitetogkommunikation.dk](http://kreativitetogkommunikation.dk) | +45 33 13 44 44  
St. Kongensgade 81B | DK-1264 København K