



Samråd i ERU d. 7 december 2021
Samrådsspørgsmål I-O

[DET TALTE ORD GÆLDER]

[Indledning]

- Tusind tak for muligheden for at få den her snak.
- Og jeg bare starte med at sige, noget som både børne- og undervisningsministeren, og jeg selv, og hele regeringen går i virkeligheden meget op i, hvordan vores børn og unge trives, ikke mindst i lyset af, at vi er i en tid, hvor tech-giganter og sociale medier, fylder mere og mere.
- Så jeg synes, det er rigtig godt, at vi har mulighed for at tage denne snak i dag, og jeg er også glad for, at det er noget, man bredt kan spore en opbakning i Folketinget til, at vi gør, hvad vi kan for at passe på vores børn og unge.
- Så jeg tror faktisk, at vi er rigtig meget enige i, at der skal ske noget her, og så må vi jo komme ned i, hvad det konkret er.
- Derfor tænker jeg også, at det i dag vi har mulighed for at lægge frem, hvad vi har planlagt fra regeringens side, og få en snak om,
- hvad der så yderligere kan gøres for, at få vores tech-giganter til at tage et større ansvar for vores børn og unges trivsel online.
- Vi har et fælles ansvar for at passe på vores børn og unge, når de færdes online. Og de forslag, som regeringen har

præsenteret, det er selvfølgelig kun de første skridt i den rigtige retning.

- Og nogle løsninger undersøger vi nationalt, mens andre løsninger, helt oplagt, skal findes i et europæisk samarbejde, når vi skal bokse med tech-giganterne
- Jeg vil først give minbesvarelse af spørgsmålene. Jeg skal nok gøre det, så kort jeg kan, men det er ikke så tit, at man har syv samrådsspørgsmål til besvarelse på en gang
- Så tilgiv mig, hvis minutterne går lidt udover de vanlige ti minutter, som formanden plejer at give mig, når vi er her i lokalet, og så vil børne- og undervisningsministeren sige lidt om de dele af spørgsmålene, som vedrører hendes område bagefter.

[Spørgsmål I]

Ministrene bedes redegøre for, i hvilket omfang elementerne i beslutningsforslag nr. B 54, Forslag til ny lov om digital børnebeskyttelse, som beskytter børns færden på internettet (SF), folketingsåret 2020-21 (<https://www.ft.dk/samling/20201/beslutningsforslag/B54/beretning.htm>) er omfattet i regeringens udspil ”Tech-giganter: mere retfærdig konkurrence og bedre forbrugerbeskyttelse”, 2021 og ”Sociale mediers ansvar – skærpede krav til sociale medier og digital dannelse af børn og unge”, august 2021.

- Men lad os hoppe ud det, i spørgsmål I, der bliver jeg spurgt til det her beslutningsforslag 54 og regeringens to udspil om tech-giganter og sociale medier.

- Og jeg kan starte med at oplyse, at vi i de to udspil strammer kravene til både tech-giganter og sociale medier.
- Det er udspil til fælles formål, at tech-giganterne og de sociale medier skal tage et langt større ansvar for deres platforme og i højere grad underlægges demokratisk kontrol.
- Begge udspil de understøtter også vores mål om, at vi passer bedre på vores børn online.
- Og i udspillet om de *sociale medier*, der vil vi styrke indsatsen mod ulovligt indhold på sociale medier samt styrke børn og unges digitale dannelse, hvor vi i starten af næste bl.a. vil fremsætte en ny SoMe-lov og også har ændret i markedsføringsloven.
- Og som sagt, så er der ingen af os, der ser udspillene som løsningen på alt, men som de første vigtige og rigtige skridt på vejen.
- Vi er fra regeringens side enig i at gøre mere for børn og unge på det digitale område. Og vi er meget lydhøre overfor andre forslag og input, som måtte komme fra øvrige partier og interessenter, og vi tager gerne politiske drøftelser også om konkrete forslag, som det også var forsøgt til at fremgå af B54 beretningen.
- Tech-dagsordenen rummer utrolig mange forskelligartede problematikker, politiske områder og dilemmaer.

- Der er flere planlagte initiativer, som løser generelle problemstillinger inden for tech-dagsordenen, men som samtidig også betyder en forbedring for børn og unge på den samme dagsorden.
- Udover de allerede planlagte initiativer på tech-dagsordenen, så skal vi både have et fokus på at løse de mere generelle problemstillinger, men dertil selvfølgelig også have et fokus på at løse konkrete problemstillinger, som alene måtte vedrøre børn og unge.
- Derfor har regeringen også nedsat en tværministeriel taskforce, fordi spørgeren kan have ret i, der er faktisk mange, som har ansvaret for den dagsorden også på tværs af ministerier, så derfor er der nedsat en tværministeriel taskforce, som netop løbende skal drøfte og følge op på regeringens indsats overfor tech-giganterne.
- Det er derfor også min vurdering, at det ikke vil være muligt, og få en samlet drøftelse om alt, hvad der vedrører børn og unge om børn og unge online i en pulje.
- Derfor har vi valgt at holde drøftelserne opdelt ift. de enkelte elementer. Det har vi gjort med fx:
 - Diskussion om importøransvar i forbindelse med den forordning om digitale tjenester, som også bliver kaldt DSA, Digital Services Act.
 - Så har der været en diskussion, om bedre beskyttelse af børn og unge ift markedsføring, som var i forbindelse med den lov, der hedder L13. den har vi lige vedtaget som netop er vedtaget.

- Og så er der kommende lovforslag, som jeg også sagde lige før om SoMe. Vores første SoMe-lov i Danmark, hvor der kommer nogle tidsfrister for nedtagning af ulovligt indhold.
- Og der er stadigvæk emner, som bliver nævnt i beretningen til B54, som der bliver henvist til fra spørgerens side, og som også indgår i Djøfs tech-kommission og i USA's Kids Act, som vi slet ikke har drøftet endnu, og mere som lægger foran os
- Det skyldes, at vi er i gang med at undersøge forslagene nærmere både ift. tekniske, juridiske og europæiske vinkler. Når vi har undersøgt de ting nærmere, så vil vi selvfølgelig tage en drøftelse herom på et senere tidspunkt.
- Det gælder fx spørgsmålet, som mere eksplicit bliver nævnt, af Karina Lorentzen om adfærdsdesign. I nogle henseender bruges det faktisk til beskyttelse af børn og unge og i andre sammenhænge vurderes det direkte skadeligt for børn og unge.

[Spørgsmål J]

Ministrene bedes redegøre for, i hvilket omfang adfærdsdesign målrettet unge under 18 år er adresseret i regeringens udspil og regeringens holdning til at forbyde dem.

- Og det bringer mig videre til spørgsmål J, hvor jeg er blevet bedt om at redegøre for, i hvilket omfang adfærdsdesign målrettet under 18 år er adresseret i de udspil, som regeringen har lagt frem.
- Og som jeg siger, så er vi meget optaget af beskytte unge under 18, og at adfærdsdesign benyttes på en hensigtsmæssig og forbrugerbeskyttende måde.
- Derfor er vi enige i, at området omkring adfærdsdesign, og særligt adresseret mod unge under 18, er noget, som vi skal have undersøges politisk med det mål at gøre hvad vi kan for at beskytte vores børn og unge.
- Adfærdsdesign, hvis der er nogen, der tænker hvad er det, relaterer sig til farver, bagvedliggende standard-indstillinger, mængden af valgmuligheder til rådighed og endda også hvilke ordlyde, der bliver anvendt i forskellige sammenhænge benyttes.
- Da Og efter som adfærdsdesign er så mange forskellige ting, så skal vi have grundigt belyst hvilke dele af adfærdsdesign, er det vi finder uhensigtsmæssigt, hvad er det vi kan afgrænse uden stor mulighed for omgåelse, og hvad kan vi nationalt i forhold til vores fælles europæiske regler.
- Regeringen er enig i at, at de miljøer vores børn færdes i online skal være så beskyttende, som det kan lade sig gøre.

- Og derfor arbejder vi også med at beskytte børn mod målrettet brug af uhensigtsmæssig adfærdsdesign, og det kommer bl.a. til udtryk ved, at vi i europæisk regi arbejder for en standardiseret reklamemarkering på digitale platforme.
- Derudover kan jeg også nævne, at vi med vores udspil, som er vores tech-udspil, har igangsat en stor analyse af, hvordan forbrugerne generelt påvirkes af indbyggede pres-salgsteknikker, som uden deres viden påvirker forbrugerne, som eksempelvis tidspres, information om begrænsede mængder tilgængeligt, der er tilgængelig i en reklame sammenhæng, og det kan være også være andre ting.

[Spørgsmål K]

Ministrene bedes redegøre for regeringens holdning til en tilvalgsmodel frem for en fravalgsmodel, for så vidt datasamlende elementer i børneprodukter, og hvordan en sådan realiseres.

- Så går jeg videre til spørgsmål K, hvor jeg bliver bedt om at redegøre for regeringens holdning til en tilvalgsmodel frem for en fravalgsmodel, for så vidt angår datasamlende elementer i børneprodukter, og hvordan en sådan realiseres.
- Vi synes, at forslaget som I udtrykker, er interessant i forhold til at kunne øge forbrugerbeskyttelsen.

- Samtidig er det den faglige vurdering, at der er behov for at få en nærmere undersøgelse af forslaget, før vi lægger os endelig fast. Men jeg i hvert fald sige, at vi er helt på linje med støtter intensionen i det, og nu undersøger, hvilke veje der kan bringes til det fælles mål der er.

[Spørgsmål M]

Ministrene bedes redegøre for regeringens holdning til en strømlining af markedsføringsregler, så digitale produkter i højere grad skal leve op til beskyttelsesniveauet for fysiske produkter.

- Så til spørgsmål M, hvor jeg bliver bedt om at redegøre for regeringens holdning til en strømlining af markedsføringsregler, så digitale produkter i højere grad skal leve op til beskyttelsesniveauet for fysiske produkter.
- Vi har de sidste mange år set en stigning af digitale produkter, hvilket også har medført en general udfordring om, at vi skal have vores digitale produkter til at efterleve de højere krav, som vi også stiller til fysiske produkter.
- Her har tech-virksomhederne bidraget til at øge fokus på at løse den her problemstilling med den hastighed, som udvikling af digitale produkter foregår med.
- Det kræver en tilgang fra os som politikere om at tænke i nye løsninger for at sikre at digitale produkter også efterlever kravene, som vi er vant til at stille fysiske produkter.

- Det jeg kan konkret kan sige, det er at markedsføringsloven, den teknologineutral, som det hedder. Det betyder, at loven finder anvendelse, uanset hvilket medie markedsføringen optræder i, uanset om det er fysiske og det er online.
- Markedsføringsloven den regulerer, hvordan erhvervsdrivende markedsfører deres produkter.
- Markedsføringsloven har samme beskyttelsesniveau uanset medie, men har også et øget beskyttelsesniveau gennem særlige regler for handelspraksis rettet mod børn og unge og mod særligt sårbare forbrugere.
- Handelspraksis mod børn og unge skal således 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.
- Markedsføringsloven indeholder ikke nogen produktspecifikke regler. Hvis der er et særligt beskyttelsesbehov, så reguleres det i en sektorspecifik lovgivning. Det kunne fx være fødevarerlovningen, hvis der er noget på spil den sammenhæng.
- Og jeg vil sige, regering er meget opmærksom på, at børn og unge er en særlig gruppe, som vi skal passe på. De kan have svært ved at identificere, at noget er en reklame i samme grad, som vi voksne er i stand til. Derfor er der

risiko for, at børn i højere grad bliver påvirket af markedsføringsmæssige virkemidler, som alle vi andre også bliver udsat for.

- Og når man så er på sociale medier skal man være ekstra opmærksom på indhold, som spredes via sociale medier.
- Og det er derfor vi foreslog fra regeringen at skærpe kravene til markedsføring over for børn og unge, herunder ikke mindst på de sociale medier, ved at vi kunne lave den her ændring af markedsføringsloven, som lige er blevet vedtaget sammen med det parlamentariske grundlag og Alternativet og Frie Grønne. Bestemmelserne om markedsføring rettet mod børn og unge, og det træder pr. første nytårsdag 2022, faktisk lige om lidt.

[Spørgsmål N]

Ministrene bedes redegøre for, hvilke yderligere tiltag der med fordel kan igangsættes for at understøtte, at børn og unge kan færdes sikkert på internettet, herunder spørgsmålet om en ny lov om børnebeskyttelse med relevante elementer fra det amerikanske lovforslag KIDS Act (KIDS Act, s. 3411-116th Congres, 2019-2020) og Djøf's TechDK Kommission.

- Og så til spørgsmål N spørges til KIDS Act fra USA og Djøfs Tech-kommission, og hvad vi kan igangsætte med inspiration derfra.

- Både den amerikanske KIDS Act og anbefalingerne fra Djøfs Tech-kommission indeholdte elementer, der begrænser børn og unges eksponering af skadeligt indhold og skadelige mekanismer på nettet.
- Det gælder fx specifikke krav til adfærdsdesign og vane-dannende mekanismer.
- Børn skal ikke udsættes for skadeligt og uegnet markedsføring. Derfor er kravene til markedsføring over for børn og unge, ikke mindst på de sociale medier, netop blevet skærpet, som jeg har sagt, ved en ændring af markedsføringsloven.
- Det betyder, at handelspraksis rettet mod børn og unge under 18 år ikke må indeholde omtale af, billeder af eller henvisninger til andre produkter, der er uegnede for børn og unge under 18 år. Det kunne fx være kosmetiske behandlinger, solarier, slankeprodukter og tatoveringer eller produkter af seksuel karakter mod betaling – også det der er i nogen sammenhænge er kendt som sugar-dating.
- Derudover er må handelspraksis på sociale medier rettet mod børn og unge ikke udøves på eller fra profiler på sociale medier, som tilhører eller de fremstår som tilhørende børn og unge under 15 år, og i øvrigt anvende børn og unge under 15 år, medmindre anvendelsen indgår i en naturlig sammenhæng for at illustrere eller vise et produkt.

- - Som nævnt, har vi fra regeringen - arbejdet for, at der i EU-Kommissionens forslag til forordning om digitale tjenester, DSA'en stilles yderligere krav om tydeliggørelse af reklame på sociale medier, herunder særligt reklame rettet mod børn og unge.
- Rådets kompromisforslag indeholder derfor også yderligere krav om tydeliggørelse af reklame, herunder at reklame skal ske gennem fremtrædende markering. Vi har fra dansk side arbejdet for, at reklame også skal være standardiseret, og det fremgår nu, at markering af reklame må være standardiseret, men det er desværre ikke blevet et krav.
- Derfor mener jeg, at regeringen allerede har taget skridt, der ligger i tråd med intentionen i både den amerikanske KIDS Act og Djøfs Tech kommission.
- Jeg synes, at der er nogle rigtig spændende elementer i den amerikanske Kids Act og Djøfs Tech Kommission, men som jeg sagde tidligere, er den faglige vurdering, at der er nogle principielle og juridiske spørgsmål, som vi er nødt til at have belyst, før vi kan hoppe mere detaljeret ombord i dem.

[Spørgsmål O]

Ministrene bedes redegøre for regeringens holdning til at indføre en frivillig mærkningsordning for retoucherede billeder

- Så går vi til spørgsmål O, hvor jeg bliver bedt om at redegøre for regeringens holdning til at indføre en frivillig mærkningsordning for retoucherede billeder
- Regeringen Vi finder fra regeringens side, at det her forslag om en frivillig mærkningsordning for retoucherede billeder er vældig interessant.
- Vi har også kigget til Norge, som har en ordning, hvor der stilles krav om, at billeder der er retoucheret på en måde, så det ændrer modellens kroppsfacon, skal gøre opmærksom på det.
- Vi er ved at undersøge om og hvordan vi vil kunne gøre noget lignende i en dansk sammenhæng, der både stemmer overens med EU-retten selvfølgelig og vores nationale regler, som vi har på området.
- Der findes allerede i dag regler i markedsføringsloven, der skal sikre, at erhvervsdrivende skal udvise, det der hedder god skik, og at den markedsføring, man anvender, ikke må være vildledende.
- Og det følger også af markedsføringsloven, at erhvervsdrivende, der markedsfører sig over for børn og unge, skal udforme deres markedsføring på en måde, der tager højde for de særlige beskyttelsesbehov, som de har som målgruppe, børn og unge.
- Og som nævnt, så har vi netop vedtaget et lovforslag, der skærper kravene til markedsføring over for børn og unge.

- Retoucheret reklame kan på den måde efter omstændighederne være i strid med markedsføringslovens krav om god skik og vejledningsforbuddet allerede som det er i dag, og det vil så i givet fald være Forbrugerombudsmanden, der skal afgøre, om retoucheret markedsføring er i strid med markedsføringsloven. Det er for at prøve at give et billede af, at der allerede i dag er nogen regler, som kan anvendes i den her sammenhæng, men derfor kigger vi alligevel til Norge, for at se om vi kan gøre mere.

[Afrunding]

- Til sidst, så afslutningsvis vil jeg bare understrege igen, at vi er totalt på linje både med spørgeren, og så oplever jeg også mange andre partier i det her spørgsmål, om at vi skal gøre mere, og vi skal gøre trivslen for vores børn og unge trivsel på nettet bedre.
- Det er samtidig et område, som vi i regeringen med god støtte fra partier i Folketinget allerede er i godt gang med at se på.
- Og dermed vil jeg ikke sige mere i den her omgang, men give ordet foreløbig til formanden.