

### 2.9. Kommunikationsnet

Et kommunikationsnet defineres i lovforslagets § 2, nr. 9, som et system, der benyttes til transmission af information mellem tilsluttede terminaler. Et kommunikationsnet omfatter enhver form for trådløs eller kabelbaseret infrastruktur, der anvendes til elektronisk transport af information. Alle typer af net er uanset deres geografiske udstrækning og brugerkræds som udgangspunkt omfattet af definitionen.

## 3. Afsenderlandsprincippet

### 3.1. Indledning

Direktivet indfører et såkaldt afsenderlandsprincip, der består dels af et princip om hjemlandskontrol, jf. direktivets artikel 3, stk. 1, dels af et princip om gensidig anerkendelse mellem medlemsstaterne, jf. artikel 3, stk. 2.

Efter artikel 3, stk. 1, skal medlemsstaterne påse, at informationssamfundstjenester, der leveres af tjenesteydere etableret i medlemsstaten, er i overensstemmelse med de nationale bestemmelser, der finder anvendelse i denne medlemsstat inden for det koordinerede område, jf. herom ovenfor i afsnit C.2.8.

Efter artikel 3, stk. 2, må medlemsstaterne ikke med henvisning til forhold, der hører under det koordinerede område, begrænse adgangen til at levere informationssamfundstjenester fra en anden medlemsstat.

Afsenderlandsprincippet indebærer således, at informationssamfundstjenester, der leveres af tjenesteydere etableret i Danmark, skal overholde de regler, der gælder i Danmark inden for det koordinerede område, selv om tjenesten er rettet mod andre medlemsstater. Danske myndigheder skal påse overholdelsen heraf, og de øvrige medlemsstater skal anerkende danske regler inden for det koordinerede område og danske myndigheders kontrol med overholdelsen heraf. Omvendt skal Danmark respektere andre etableringslandes regler inden for det koordinerede område, selv om informationssamfundstjenesten er rettet mod Danmark.

Afsenderlandsprincippet gælder kun inden for det koordinerede område, jf. om dette begreb i afsnit C.2.8. Det følger af den forståelse af det koordinerede område, der lægges til grund i afsnit C.2.8., at afsenderlandsprincippet kun har betydning i relation til offentligretlige regler.

Afsenderlandsprincippet finder ikke anvendelse på de områder, der er nævnt i direktivets bilag, jf. artikel 3, stk. 3, og nærmere nedenfor i afsnit 3.4.

I visse tilfælde og under nogle særlige forudsætninger kan en medlemsstat fravige princippet om gensi-

dig anerkendelse og træffe foranstaltninger for en konkret informationssamfundstjeneste, jf. artikel 3, stk. 4, og nærmere i afsnit 3.5.

### 3.2. Gældende ret

#### *Dansk lovgivnings territoriale anvendelsesområde*

Den nationale lovgivnings territoriale anvendelsesområde vil ifølge folkeretlige principper som udgangspunkt alene omfatte det pågældende lands territorium.

Danske regler om f.eks. markedsføring finder således anvendelse på udenlandske virksomheder, der markedsfører eller leverer deres varer eller tjenesteydelser her i landet. Det er dog i retspraksis ikke fastlagt, hvornår markedsføring via f.eks. internettet kan siges at være rettet mod det danske marked. Reglerne om markedsføring findes i markedsføringsloven og anden særlovgivning om f.eks. virksomheders markedsføring af lægemidler, levnedsmidler og kemiske stoffer.

En hjemmeside oprettet af en virksomhed, der er etableret i Tyskland, er tilgængelig via internettet fra computere i alle lande, medmindre der ad teknisk vej er indlagt spærringer i forhold til bestemte lande. Selv om en tysk hjemmeside er tilgængelig for danske forbrugere, er det ikke ensbetydende med, at hjemmesiden skal overholde de offentligretlige krav, der stilles efter dansk lovgivning. Det beror på en konkret vurdering, om danske myndigheder med henvisning til varretagelsen af regler vedrørende den kollektive forbrugerbeskyttelse eller almindere samfundshensyn har kompetence til at gribe ind.

Udgangspunktet er, at en erhvervsdrivendes markedsføring på en hjemmeside anses for at være rettet mod det danske marked, hvis en helhedsvurdering af forskellige faktorer indikerer dette. Ved vurderingen heraf indgår navnlig faktorer som hvilke sprog, valuta eller andre nationale kendetegn, der anvendes, i hvilket omfang virksomheden eller den pågældende ydelse i øvrigt markedsføres på det danske marked, hvorvidt der er en sammenhæng mellem markedsføring på internettet og andre markedsføringsaktiviteter på det danske marked, og hvorvidt den erhvervsdrivende accepterer at indgå aftaler med forbrugere hjemmehørende i Danmark.

Spørgsmålet om dansk straffemyndighed (jurisdiktion) er reguleret i straffelovens §§ 6-12. Afgørelsen af, om strafbare handlinger i forbindelse med transmission af information på et kommunikationsnet, f.eks. internettet, er undergivet dansk straffemyndighed, skal derfor afgøres på grundlag af disse bestemmelser. Spørgsmålet om rækkevidden af straffelovens