

12.2.3. Overvågning og underretning

Der findes ikke i dansk ret regler, der pålægger formidlere, der er omfattet af direktivets artikel 12-14, en generel pligt til at *overvåge* den information, der fremsendes eller oplagres, eller en generel pligt til aktivt at *undersøge* forhold eller omstændigheder, der tyder på ulovlig aktivitet.

Der er heller ikke regler, der pålægger formidlere en almindelig pligt til at *anmelde* ulovlig aktivitet m.v., men i lovgivningen er der fastsat regler om anmeldelsespligt i særlige tilfælde. Efter straffelovens § 141 har således den, herunder en formidler, som er vidende om, at en forbrydelse mod statens sikkerhed, borgernes liv og velfærd eller mod betydelige samfundsværdier tilsigtes begået, pligt til at forebygge forbrydelsen – om nødvendigt ved anmeldelse til politiet.

Der er endvidere fastsat regler om *oplysningspligt* i bl.a. retsplejelovens kapitel 18, hvorefter enhver, herunder en formidler, som udgangspunkt har pligt til at afgive forklaring i retten som vidne. Endvidere kan nævnes retsplejelovens §§ 804 ff. om editionsplæg.

Gældende ret er i overensstemmelse med direktivets artikel 15, stk. 1, idet der ikke i dansk ret er regler, der pålægger tjenesteydere en generel overvågnings- eller undersøgelsespligt.

Efter artikel 15, stk. 2, er det overladt til medlemsstaterne, om de vil indføre og/eller opretholde gældende regler om pligt for en formidler til at underrette myndighederne om påståede ulovlige aktiviteter og om pligt til på anmodning at give myndighederne oplysninger, som gør det muligt at identificere de tjenestemodtagere, formidleren har oplagringsaftaler med.

Det betyder bl.a., at anmeldelsespligten i straffelovens § 141 og vidnepligtsreglerne i retsplejelovens kapitel 18 ikke berøres af direktivet. Det samme gælder f.eks. reglerne om editionsplæg i retsplejelovens kapitel 74.

Da gældende ret er i overensstemmelse med direktivets artikel 15, stk. 1, findes der ikke behov for at indføre en regel svarende til denne direktivbestemmelse.

Lovforslaget indeholder derfor ingen bestemmelse om, at en formidler skal underrette myndighederne om påståede ulovlige aktiviteter eller på anmodning skal give myndighederne oplysninger, som gør det muligt at identificere de tjenestemodtagere, formidleren har oplagringsaftaler med. Spørgsmålet skal i stedet afgøres efter de gældende regler herom.

13. Udarbejdelse af adfærdskodekser

Ifølge direktivets artikel 16 skal medlemsstaterne og Kommissionen opfordre erhvervs- og forbrugerorganisationer til at udarbejde adfærdskodekser med henblik på gennemførelse af direktivets bestemmelser i artikel 5-15. Det drejer sig således om, at bestemmelserne om generel oplysningspligt, kommerciel kommunikation, indgåelse af elektroniske kontrakter og formidleransvar skal suppleres og udfyldes ved hjælp af selvregulering, hvor dette findes hensigtsmæssigt på nationalt og internationalt plan. Der bør være elektronisk adgang til adfærdskodekserne på fællesskabsprogene, og udkast hertil bør frivilligt sendes til Kommissionen. Tilsvarende gælder organisationernes evalueringer af adfærdskodekseres indvirkning på elektronisk handel. Artiklen anbefaler, at der særligt bør udarbejdes kodekser vedrørende beskyttelse af mindreårige og den menneskelige værdighed, og at organisationer bør inddrages i udarbejdelsen og iværksættelsen af adfærdskodekser nationalt og på fællesskabsplan i relation til deres interesseområder og i overensstemmelse med artikel 5-15. Endelig indeholder artiklen en opfordring til, at synshandicappede og andre handicappede høres i behørigt omfang.

Markedsføringslovens § 16 indeholder en adgang for Forbrugerombudsmanden til efter forhandling med de relevante erhvervs- og forbrugerorganisationer at udarbejde og offentliggøre retningslinier for markedsføring på nærmere angivne områder, der navnlig ud fra hensynet til forbrugerne må anses for væsentlige. Der er ikke tale om adfærdskodekser i direktivets forstand.

Selvregulering, herunder ICC-kodekser om god handelsskik vedrørende reklame m.v., indgår dog i Forbrugerombudsmandens vurdering af, om en virksomhed handler i overensstemmelse med god markedsføringsskik, jf. markedsføringslovens § 1.

Selvregulering eller frivillige kodekser karakteriseres ved, at der er tale om retningslinier, som er udført af virksomheder eller en branche eventuelt i samarbejde med forbrugerorganisationer eller andre interessenter. Kodekserne bliver ligeledes håndhævet af virksomhedssammenslutninger eller brancher gennem selvjustits, og myndighederne er ikke involveret i arbejdet med reglerne. Myndighederne kan bl.a. initiere selvregulering ved at opfordre de berørte parter til at udforme retningslinier på et område, hvor der er behov for regulering.

Det kan bl.a. i relation til direktivets bestemmelser være relevant for brancheorganisationer at fastsætte retningslinier til udfyldning af reglerne om kommer-