

# Støðan hjá norðurlendsku brúkaraumboðunum um marknaðarførslu á sosialum miðlum tann 3. maí 2012.

## Innihald

Inngangur .....	2
1. Alment.....	3
2. Marknaðarførsluboðskapur skulu kunna verða eyðmerktir sum marknaðarførsla .....	4
3. Óumbiðið elektronískt samskipti .....	6
4. Marknaðarførsla ætlað börnum og ungum undir 18 ár.....	9
5. Bannaralýsingar .....	12
1. fylgiskjal .....	14
Brúkaraumboðini tulka fyriskipan 2001/58/EF (fyriskipan um e-dátuverju), broytt við fyriskipan 2009/136/EF viðvíkjandi handilsligum boðum á Facebook	
2. fylgiskjal .....	16
Lógin hjá hvørjum landi er galdandi?	
3. fylgiskjal .....	18
Ábyrgd av innihaldinum í marknaðarførsluni	
4. fylgiskjal .....	19
Kunngerð um krøv til at upplýsa og játtan til at goyma og sleppa fram at upplýsingum í terminalútgerðini hjá endabrukara (“cookiekunngerðin”)	

## Inngangur

Tá ið vinnurekandi marknaðarføra seg á sosialum miðlum, skal marknaðarførslan halda tær vanligu reglurnar, sum galda fyri marknaðarførslu á alnetinum.

Norðurlendsku brúkarumboðini skrivaðu í 2010 saman eina felagsnorðurlenska støðu til handil og marknaðarførslu á alnetinum.<sup>1</sup> Henda støðutakan lýsir almennu reglurnar og aðalreglurnar, sum galda fyri marknaðarførslu á alnetinum, og verður tí eisini brúkt, tá ið vinnurekandi marknaðarføra seg á sosialum miðlum.

Henda støðutakan til marknaðarførslu á sosialum miðlum er tí eitt ískoyti til støðutakanina til handil og marknaðarførslu á alnetinum.

Í støðutakanini verða orðingarnar "eigur" og "skal/mást" nýttar á skift. Orðingin "eigur" skal skiljast sum eitt tilmæli. Orðingin "skal/mást" skal skiljast soleiðis, at kravið fylgir marknaðarførslulógini beinleiðis og kanska aðrari brúkaravardari lóggávu eisini.

---

<sup>1</sup> <http://www.forbrugerombudsmanden.dk/Love-og-regulering/Retningslinjer-og-vejledninger/Markedsfoeringsloven/internettetehandel>.

## 1. Alment

Sosialir miðlar verða vanliga fataðir sum ein online tænasta, har privatfólk kunnu stovna sær vangamynd og samskipta hvør við annan, geva hvør øðrum upplýsingar og innihald, sum t.d. tekst, myndir, ljóðfilur o.a. Ein sosialur miðil kann t.d. vera kjastrúm, spæl ella ein sosial netverkstænasta.

Fleiri vinnurekandi, sum ynskja at marknaðarføra, brúka sosialu miðlarnar til at marknaðarføra seg hjá miðlabrúkarunum. Sosialu miðlarnir bjóða ofta ymsar marknaðarføringsmøguleikar fram. Vinnurekandi kunnu t.d. keypa miðvísar bannaralýsingar og gera vangamyndir við ymiskum møguleikum til at fáa reklamuboðskap hjá fyrirkuni breiddan víða um við funktiónum til hjálpar, sum geva brúkarunum møguleikan at býta marknaðartilfarið hjá tí vinnurekandi út til aðrar brúkarar.

Í gjøgnumgongdini er støði tikið í teimum marknaðarførslusløgum, sum vinnurekandi nú á døgum kunnu nýta til at marknaðarføra seg ígjøgnum sosialu miðlarnar. Hetta er eitt alment sjónarmið og er galdandi fyri allar sosialar miðlar. Við í hetta sjónarmið eru tikin ítøkilig dømi av Facebook, av tí at hesin sosiali miðilin óivað er tann mest brúkti í dag, smb. m.a. skjal 1.

Sosialir miðlar bjóða ofta, sum nevnt omanfyri, at vinnurekandi kunnu seta lýsingar í, sum miðvíst virka við støði í teirri vitan, sum sosialu miðlarnir hava um brúkaran, eitt nú aldur, kyn, bústað, umframt upplýsingar um brúkaran, sum fingnar eru til vega við “cookies” o. ø. Landsins reglur, sum fremja boðskriv um, hvussu persónsupplýsingar verða vardar, verða nýttar við at nýta persónsupplýsingar brúkarans til marknaðarførslu ígjøgnum sosialu miðlarnar, og tann vinnurekandi skal veita vissu fyri, at reglurnar um, hvussu persónsupplýsingar skulu handfarast, eru hildnar.<sup>2</sup>

Spurningurin, hvussu vinnurekandi handfara persónsupplýsingar hjá brúkarum, herundir t.d. innsavning, nýtslu ella veiting, verður ikki viðgjørður í hesum sjónarmiði. Í staðin verður víst til dátueftirlitið í hvørjum einstøkum landi og

---

<sup>2</sup> Fyriskipan 95/46/EF hjá Evropatinginum og Ráðnum um at verja fysiskar persónar í sambandi við at viðgera persónsupplýsingar og frítt at lata hvør øðrum slíkar upplýsingar (fyriskipan um dátuverju) og Fyriskipan 2002/58/EF hjá Evropatinginum og Ráðnum um at viðgera persónsupplýsingar og at verja privatlívsins frið í elektroniska samskiftisgeiranum (fyriskipan um e-dátuverju).

ummæli frá einum ES-ráðgevabólki.<sup>3</sup> Krav um kunning og samtykki at goyma ella sleppa til upplýsingar í endabrákarans terminalútgerð er heldur ikki viðgjørt í hesum sjónarmiði. Sí skjal 4 til sjónarmiðið um dansku reglurnar á økinum.

Sjónarmiðið er tøkni-frøðiliga neutralt og verður brúkt, sama hvussu slepst at sosiala miðlinum.

Tá ið vinnurekandi marknaðarføra seg á sosialu miðlunum, skulu almennu reglurnar í lóggávuni haldast. Í komandi brotum verða tær reglur, sum vinnurekandi serliga skulu geva ans, tá ið tey marknaðarføra seg á sosialu miðlunum, viðgjørðar.

Í sjónarmiðinum verður hugtakið "marknaðarførsla" brúkt. Hugtakið skal skiljast soleiðis, at tað fevnir um alt frá tí, at image ("branding") verður bygd upp til ítøkiligum sölutilboðini frá tí vinnurekandi og onnur sølufremjandi tiltøk.

## **2. Marknaðarførsluboðskapur skulu kunna verða eyðmerktir sum marknaðarførsla**

Socialir miðlar eru fyrst og fremst at skilja sum ein pallur, har einstaklingar kunnu skifta upplýsingar sínámillum. Tí skulu vinnurekandi, sum brúka sosialu miðlarnar til marknaðarførslu, serliga gáa eftir, at tað til eina og hvørja tíð skal vera eyðsýnt, tá ið tann, sum nýtir ein socialan miðil, er fyri marknaðarførslu.

Yvirskipaða endamálið við kravinum um eyðmerking er, at gjøgnumskygni er í, og at tey, sum brúka sociala miðilin, lættliga kunnu gjøgnumskoða, nær hann ella hon er fyri marknaðarførslu ella øðrum handilsligum samskipti.

---

<sup>3</sup> Bólkurin, ið nevndur verður grein 29-bólkurin, er settur við heimild í fyriskipan um dátuverju og hevur umboð frá dátueftirlitinum í øllum limalondum. Sí t.d. úttalili nr. 5/2009 frá grein 29-bólkinum um alnetsgrundað sosialt netvirksemi ella úttalili nr. 2/2010 um atferðargrundaða lýsing á alnetinum.

2.1. Øll marknaðarførsla skal hava snið og verða borin fram á slíkan hátt, at tað greitt og týðiliga sæst, at talan er um marknaðarførslu, og hvør tað er, sum marknaðarførir seg. <sup>4</sup>

2.1.1. Verður marknaðarførsla víst á einum stað, sum ikki er ætlað til marknaðarførsluboðskap, verða størri krøv sett til at gera tað greitt, at talan er um marknaðarførslu. <sup>5</sup>

2.2. Vinnurekandi mega ikki, ósamsvarandi sannleikanum, halda uppá ella geva nøkrum ta fatan, at hann ella hon ikki er virkin í vinnu sínari, handilsskapi sínum, handverki sínum ella yrki sínum, ella í ósamsvari við sannleikan, látast vera brúkari. <sup>6</sup>

2.2.1. Nýtir ein vinnurekandi sína privatu vangamynd til at marknaðarføra fyrirøku sína ella framleiðsluvøru sína, skal týðiliga verða upplýst, at boðskapurin er frá einum vinnurekandi.

2.3. Tá ið ein privatpersonur tekur ímóti gjaldi ella øðrum fyrimunum fyri at umrøða ella á annan hátt marknaðarføra vøru ella tænaðstættir hjá einum vinnurekandi, skal tað síggjast sjónliga, at talan er um lýsing, ella at persónurin hevur fingið gjald ella aðrar fyrimunur fyri at umrøða vøruna. Tann vinnurekandi hevur skyldu til at upplýsa privatpersónin um hetta krav.

2.4. Vinnurekandi, sum stovna vangamyndir, síður ella tílíkt fyri fyrirøkur sínar, skulu geva ávísingarkrøvum gætur, sum hava til endamáls at tryggja, at bæði brúkarar og myndugleikar hava lætta, stundisliga og áhaldandi atgongd til upplýsingar um fyrirøkuna. Vinnurekandi skulu millum annað upplýsa navn á

---

<sup>4</sup> Jf. grein 6, litra a, í fyriskipan 2000/31/EF frá 8. juni 2000 hjá Evroputinginum og Ráðnum um ávís rættarlig hvarv í kunningarsamfelagstænastum, nevnliga elektroniskum handli, í innara marknaðinum (hiðan fyriskipan um elektroniskan handil). Ásetingin er framd í donskum rætti í § 9 í lógini um e-handil. **Í Føroyum er ongin e-handilslóg galdandi.**

<sup>5</sup> Á sosiala miðlinum Facebook er høgri breiddi á skíggjanum t.d. til lýsingar. Hetta er víst við einum bjálka við yvirskriftini "stuðlað". Timeline/veggur og tíðindasíða/byrjanarsíða hjá privatum brúkarum kann hinvegin ikki metast at vera til lýsingar.

<sup>6</sup> Jf. fylgiskjali 1, nr. 22, í fyriskipan 2005/29/EF frá 11. mai 2005 hjá Evroputinginum og Ráðnum um órimiliga handilssiðvenju hjá fyrirøkum móttvegis brúkarum á innara marknaðinum (hiðan fyriskipan um marknaðarførslu). Ásetingin er framd í donskum rætti við kunngerð nr. 1084 frá 14. september 2007 um órimiliga marknaðarførslu í brúkaraviðurskiptum, pkt. 22 í fylgiskjalinum. Kunngerðin er ikki sett í gildi í Føroyum enn.

fyrirtekni, bústað og telduatsetur, nummarið, sum fyrirtekni er skrásett við í einari almennari skrá <sup>7</sup>umframt aðrar upplýsingar, sum skulu latast sambært lóggávuni. <sup>8</sup>

### 3. Óumbiðið elektronískt samskipti <sup>9</sup>

Vinnurekandi má sum hævudsreglu ikki venda sær til ein fysiskan persón <sup>10</sup> við at nýta *elektroniskan post* við beinleiðis marknaðarførslu í kvittanum. Forboðið er tó ikki galdandi, um tann vinnurekandi frammanundan hevur fingið móttakarans týðiliga samtykki til at taka ímóti marknaðarførslu ígjøgnum elektroniskan post. <sup>11</sup>

Nær verða áheitanir ella fráboðanir á sosialu miðlunum mettar sum elektroniskur postur?

Sum *elektroniskur postur* er at skilja:

*"Ein og hvør fráboðan sum tekstur, raddarendurgeving, ljóð ella mynd, sum verður send umvegis eitt alment samskiptisnet, og sum verður goymd á netinum ella í terminalútgerð móttakarans, til móttakarinn fer eftir henni".* <sup>12</sup>

Ein áheitan ella fráboðan til eina vangamynd á einum sosialum miðli er fevnd av forboðnum, um tann vinnurekandi sendir áheitan sína við at brúka elektroniskan post, sum allýstur er omanfyri. Spurningurin, um ein áheitan er fevnd av hugtakinum elektroniskur postur, má byggja á eina ítøkiliga meting.

---

<sup>7</sup> Í Danmark: CVR-skráin. Í Svøríki: Næringslivsregistret. Í Noregi: Foretaksregistret. Í Finnlandi: Handelsregistret. Í Íslandi: Ríkisskattstjóri. Í Føroyum: Skráseting Føroya.

<sup>8</sup> Jf. grein 5 í fyriskipan um elektroniskan handil. Ásetingin er framd í donskum rætti í § 7 í lógini um e-handil. **Í Føroyum er ongin e-handilslóg galdandi.**

<sup>9</sup> Finska brúkarumboðið hevur ikki tikið undir við parti 3. Økið hoyrir undir finska dátumboðið, sum ikki enn hevur tikið støðu til, hvussu hann tulkar fyriskipanina í sambandi við sosialar miðlar. Íslenski brúkaramyndugleikin (Neytendastofa) hevur heldur ikki tikið undir við hesum parti, av tí at tað hoyrir undir annan myndugleika.

<sup>10</sup> Í Danmark geldur forboðið øll - t.e. bæði fysiskar og juridiskar persónar og almennar myndugleikar, jf. § 6, stk. 1 í lógini um marknaðarførslu.

<sup>11</sup> Jf. grein 13, stk. 1, í fyriskipan 2009/136/EF frá 25. november 2009 hjá Evropatinginum og Ráðnum, sum broytir fyriskipan 2002/58/EF frá 12. juli 2002 (fyriskipan um e-dátuverju). Forboðið geldur, sama um áheitanin hevur lýsing í sær, um ítøkiliga vøru ella tænastuveiting, ella talan er um at etablera ella gera vart við umdømi ella image ("branding"). Ásetingin er framd í donskum rætti í § 6 í lógini um marknaðarførslu

<sup>12</sup> Allýsingin av elektroniskum posti stendur í grein 2, litra h, í fyriskipan um dátuverju í elektroniskum samskipti (fyriskipan 2002/58/EF frá 12. juli 2002).

Hesar tríggiar treytir skulu vera loknar, um talan kann vera um elektroniskan post:

Fráboðanin verður send um eitt "*alment samskiftisnet.*"

Fer samskiptið fram ígjøgnum eina tænastru á alnetinum, sum ikki frammanundan er avmarkað til ein ávísan bólk av endabrákarum, er fráboðanin send um eitt alment samskiftisnet.

Fráboðanin skal "*verða goymd á netinum ella í terminalútgerð móttakarans, til móttakarinn fer eftir henni.*"

Um boð bara verður víst móttakarum, sum eru online, men hvørvir, tá ið teir ikki eru har, ber ikki til at siga, at *boðini verða goymd á netinum ella í terminalútgerð hjá móttakara, til móttakari heintar tey.*<sup>13</sup>

Boðini skulu verða "*send*" tí, sum brúkar sosiala miðilin.

Tað er so statt eitt krav, at fráboðanin *verður send* tí, sum brúkar sosiala miðilin. Í hesum liggur tann fyrirtreyt, at fráboðanin verður send elektroniska bústaðnum hjá einum ávísnum brúkara.

Nakrir sosialir miðlar eru heilt ella fyri ein part tøkniliga útgjördir soleiðis, at fráboðanir ikki verða sendar móttakaranum, men móttakarinn fer sjálvur eftir teimum ella fær tær á annan hátt. Tað kann elva til iva, hvørt ein fráboðan í hesum føri má metast sum fevnd av allýsingini fyri elektroniskan post. Víst kann verða á grundgevingar fyri at meta áheitanina sum senda til brúkaran frá sosiala miðlinum, um brúkarinn ikki kann hindra, at hann fær áheitanina – t.d. gjøgnum egnar innstillingar at sálða fráboðanir frá vinaskaranum og á tann hátt at sleppa undan at fáa handilsligar áheitanir.

Er talan um eina áheitan, sum verður send sum *elektroniskur postur* við beinleiðis marknaðarførslu í hyggju, er áheitanin bara lóglig, um móttakarinn hevur givið sítt samtykki frammanundan, smb. pkt 3.2.

---

<sup>13</sup> Sum dømi um tað kunnu nevast pop-up lýsingar, jf. úttalils tann 27. januar 2003 frá nevdini (svar upp á fyrispurning E-3392/02) sum kann verða lísín her: <http://eur-lex.europa.eu/Notice.do?mode=dbl&lang=da&ihtmlang=da&lngl=da,da&lng2=da,de,el,en,es,fi,fr,nl,pt,sv,&val=339170:cs&page>

Er áheitanin ekki fevnd av allýsingini um elektroniskan post – t.d. tí at hon kann ekki haldast vera send til móttakaran – er tað fatanin hjá norðurlendsku brúkaraumboðunum, at áheitanin er fevnd av grein 13, stk. 3 í fyriskipan fyri e-dátuverju.<sup>14</sup> Eftir hesari áseting skulu haldarar ella brúkarar í minsta lagi hava møguleika fyri at frábiðja sær óumbiðið samskifti við beinleiðis marknaðarførslu í kvittanum við at brúka aðrar miðlar enn elektroniskan post. Sí meira undir punkt 3.4.<sup>15</sup>

Tað er ábyrgdin hjá tí vinnurekandi at veita trygd fyri, at forboðið ímóti óumbidnum áheitanum við at brúka elektroniskan post ikki verður brotið. Er tann vinnurekandi í iva um, hvørt hann ella hon sendir áheitan til ein persón við at brúka elektroniskan post, eigur tann vinnurekandi, sum ikki hevur brúkarans greiða samtykki til marknaðarførslu, annaðhvørt at kanna eftir, hvussu sosiali miðilin er skipaður tøkniliga ella halda seg frá at senda áheitan til brúkaran ígjøgnum sosiala miðilin.

3.1. Vinnurekandi mugu ikki senda áheitanir til eina vangamynd á einum sosialum miðli við marknaðarførslu í hyggju við at brúka *elektroniskan post*, uttan so at samtykki er fingið til tess.

3.2. Brúkarans samtykki skal vera virkið, sjálvboðið, greitt, ítøkiligt og upplýst.

3.2.1. Eitt samtykki kann ikki verða fingið ígjøgnum høvuðstreytirnar hjá sosiala miðlinum.

3.2.2. Eitt samtykki skal vera fingið frammanundan – t.e. at ein vinnurekandi kann ikki útvega sær eitt samtykki til marknaðarførslu við at snúgva sær við elektroniskum posti til móttakaran. Ein tílík áheitan fer í sjálvum sær at verða mett sum ein óumbiðin áheitan.

---

<sup>14</sup> Sí viðmerking 11. Fyriskipanin verður nýtt til at viðgera persónsupplýsingar í sambandi við, at alment atkomiligar elektroniskar samskiftistænastur eru til taks ígjøgnum almenn samskiftisnet í Samveldinum. Við *samskifti* skilst, jf. grein 2, litra d), upplýsingar sum *verða sínámillum sendar* ella *verða fluttar* ímillum avmarkaðar partar ígjøgnum eina alment atkomiliga elektroniska samskiftistænastu. Ásetingin má verða mett at vera sett í verk í donskum rætti í § 6, stk. 3. í lógini um marknaðarførslu.

<sup>15</sup> Stórur áhugi er fyri, hvussu brúkaraumboðini meta um boð á sosiala miðlinum Facebook. Metingin hjá brúkaraumboðunum, hvussu boð á Facebook skulu verða tulkað eftir reglunum um óumbidnan elektroniskan post og annað óumbiðið elektroniskt samskifti sæst í fylgiskjali 1. Fylgiskjalið ger greitt, hvørja tulkning brúkaraumboðini hava, og sum kann verða endurskoðað, tá ið ES-reglurnar, jf fylgiskjali 1, verða umrøddar.



3.3. Nýtir tann vinnurekandi eitt samtykki til at senda marknaðartilfar ígjøgnum *elektroniskan post*, skulu øll boð frá tí vinnurekandi hava ein bústað, sum móttakarin kann venda sær til, so at hann kann taka samtykkið aftur og á tann hátt fáa steðgað áheitanum. <sup>16</sup>

3.4. Í førum, tá ið vinnurekandi við tí endamáli at fremja beinleiðis marknaðarførslu mótvegis haldarum ella brúkarum, nýtir *aðrar miðlar enn elektroniskan post til óumbiðið samskipti*, skal móttakarin kunna frábiðja sær áheitanir frá tí vinnurekandi. <sup>17</sup>

3.4.1. Tá ið tann vinnurekandi sendir áheitan til ein persón, skal tann vinnurekandi geva persóninum einfalda atgongd til at siga áheitanir frá sær.

3.5. Reglurnar eru galdandi, tá ið tann vinnurekandi sjálvur sendir áheitan til ein, ið brúkar ein sosialan miðil, og tá ið tann vinnurekandi veitir ein vinning ella á annan hátt lönir ella birtir upp undir tey, ið brúka ein sosialan miðil, at breiða fráboðanir frá tí vinnurekandi út, sum nevnt undir punkt 3.1. og 3.4., til aðrar brúkarar. <sup>18</sup>

3.5.1. Ein gerð verður mett at hava givið vinning ella verið lønt, kann brúkarin fáa ein fyrimun, t.d. avsláttur, fáa størri móguleika at vinna í einari kapping ella at tað á annan hátt verður eggjað til at breiða boðini út.

## 4. Marknaðarførsla ætlað børnum og ungum undir 18 ár

Krøvini og tilráðingarnar í punkt 1-3 og punkt 5 í hesum sjónarmiði eru eisini galdandi í marknaðarførslu, ið miðar eftir børnum og ungum við teimum

---

<sup>16</sup> Grein 13, stk. 4, annað punkt í fyriskipan um e-dátuverju

<sup>17</sup> Jf. §6, stk. 3 í lóg um marknaðarførslu. Í Danmark kunnu fólk biðja seg undan beinleiðis marknaðarførslu á aðrari fjarsamskiptistøkni enn elektroniskum posti, telefaks og sjálvvirkandi uppkalliskipan við at skráseta seg á "Robinsonlistanum", sum vinnurekandi skulu kanna, áðrenn tey senda áheitan út til fólk óbiðin. Kravið er ikki galdandi, um persónur frammanundan greiddiga, ítøkiliga og á upplýstum grundarlagi hevur samtykt at taka ímóti marknaðarførsluáheitanum frá einum vinnurekandi. Í praksis ber tað helst ikki til hjá vinnurekandi, ið marknaðarføra seg ígjøgnum sosialar miðlar, at vita, hvønn áheitanin verður send víðari til og at kanna Robinsonlistan. Tí kann tað vera trupult at halda skylduna um frammanundan at kanna Robinsonlistan mótvegis vinnurekandi, sum marknaðarføra seg á sosialum miðlum. Vit hava ikki tilíkan lista í Føroyum.

<sup>18</sup> Tað merkir, at norðurlendsku brúkarumboðini halda ikki tað at brúka útbreiðslufunksjónina ganga ímóti reglunum, sí eisini fylgiskjal 1. Eggjar vinnurekandi brúkarum til at breiða boðskapin, sum nevnt í punkt 3.5.1., fer tann vinnurekandi at ábyrgjast, verða reglurnar ikki hildnar.

herðingum, sum ásettar verða í hesum punkti. Herumframt galda tær serligu reglur, ið ásettar eru í lóggávuni í hvørjum einstøkum landi um marknaðarførslu, ið ætlað er børnum og ungum.

4.1. Tað skal vera opinlýst aldursbólkinum, sum tann vinnurekandi vendir sær til, at talan er um marknaðarførslu.<sup>19</sup>

4.2. Vinnurekandi skulu skapa marknaðarførslu sína við serligum fyriliti fyri natúrligum góðtrúni í børnum og vantandi royndum og vandnum sansi, sum ger, at tey eru løtt at ávirka og skjót at seta dám á.

4.3. Vinnurekandi skulu serliga leggja uppfyri, um lýsingasniðið og innihaldið og slagið av søluluti kunnu hava við sær, at serlig atlit skulu verða tikin fyri at verja ávísa málbólkin.

4.4. Vinnurekandi mugu ikki beinleiðis eggja ella birta upp undir børn at keypa ella til at yvirtala foreldur ella onnur vaksin at keypa sølulutir sínar.<sup>20</sup>

Um marknaðarførslan mælir til ella eggjar til keyp, má ítøkiliga verða mett um. Henda meting skal verða gjørd úr barnsins sjónarhorni við, at atlit verður tikið til aldur, menningarstig og onnur viðurskifti, sum gera børn serliga óvard. Í ítøkiligum metingini verður millum annað dentur lagdur á sovorðið sum:

4.4.1. Hvussu greidliga er keypsáheitanin orðað, herundir hvørjar hugmyndir, ið verða skaptar.

Tað er beinleiðis áheitan um at keypa, hevur marknaðarførslan tekst sum t.d.: "far út og keyp bókina" ella "bið mammu tína fara eftir vøruni í næsta handlinum".<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Børn og ung fevnir vanliga um persónar upp til 18 ár, men marknaðarførslan verður mett eftir tí ítøkiliga aldursbólkinum, sum hon vendir sær til. Tað merkir, at ein lýsing, sum vendir sær til smá børn, verður mett øðrvísi enn lýsing, ið vendir sær til ung, sum eru 15-16 ára gomul.

<sup>20</sup> Jf fylgiskjal, pkt. 28 í fyriskipan um marknaðarførslu, sum er framd í donskum rætti í kunngerð um órímiliga marknaðarførslu í brúkaraviðurskiftum, pkt. 28. Kunngerðin er ikki í gildi í Føroyum enn.

<sup>21</sup> Jf. faldara frá nevndini um fyriskipan um órímiliga handilsmannagongd. ISBN 92-79-02666-6.  
[http://ec.europa.eu/consumers/cons\\_int/safe\\_shop/fair\\_bus\\_pract/ucp\\_da.pdf](http://ec.europa.eu/consumers/cons_int/safe_shop/fair_bus_pract/ucp_da.pdf)

4.4.2. Hvussu er marknaðarførslan miðað eftir barninum? Er marknaðarførslan t.d. send ígjøgnum ein miðil, sum vendir sær beinleiðis og einsæris til barnið?

4.4.3. Hvussu lætt er tað at keypa marknaðarførdu vøruna? Er tað t.d. gjørligt at klikkja á eitt leinki, haðan tað so ber til at keypa?

Tað er beinleiðis áheitan um at keypa, vísir marknaðarførslan ein tekst, har tað stendur "keyp her", og eitt leinki er sett inn til eina síðu, har tú kanst keypa.

4.5. Vinnurekandi mugu hvørki beinleiðis ella óbeinleiðis mæla til harðskap, at nýta rúsevni, herundir alkohol, ella aðra vandamikla og fyrilitsleysa atferð ella á annan hátt nýta harðskap, ótta ella pátrúgv sum amboð at ávirka við.

4.6. Vinnurekandi mugu ikki marknaðarføra vøru, sum børn eftir lóggávuni í landinum ikki kunnu gera eina avtalu um, t.d. alkohol og sigarettir.

4.7. Vinnurekandi eiga ikki at brúka børn og ung við tí í hyggju at selja og marknaðarføra, herundir sum sölurás, sum t.d. vinaútvegan og tílíkt. <sup>22</sup>

4.8. Vinnurekandi eiga ikki av sínum eintingum at eggja til, at tey, sum brúka sosiala miðilin, skulu breiða út marknaðarførslu, um marknaðarførslan serliga vendir sær til børn og ung.

4.9. Í tann mun reglurnar um marknaðarførslu fyriskriva forboð ímóti marknaðarførslu av ávísnum vørum mótvegis børnum og ungum, hava vinnurekandi skyldu til áhaldandi at brúka tær bestu møguligu tøkniligu fyriskipanir, sum kunnu hava eftirlit við aldrinum á teimum, sum brúka sosiala miðilin, sum marknaðarførslan vísir seg fyri.

4.9.1. Hevur tann vinnurekandi t.d. í hyggju at marknaðarføra alkoholiskar vørur á sosialum miðli, skal tann vinnurekandi gera alt, sum til ber, fyri at tryggja sær, at marknaðarførslan einans vendir sær til brúkarar oman fyri 18 ár.

---

<sup>22</sup> Vinaútvegan merkir, at tú roynir hjá vinnurekandi at finna avtalufelaga í tínum vinaskara.

Hetta er eisini galdandi fyri marknaðarførsluinnihald frá tí vinnurekandi, sum tey, ið brúka sosiala miðilin, hava møguleika at senda øðrum.

Í Føroyum finst bann ímóti marknaðarføring av sølu, skeinking og útflyggjan av rúsdrekka. Jvb. § 19 í lóg nr. 20 frá 20. mars 1992.

## 5. Bannaralýsingar

5.1. Innihaldið av bannaralýsingum skal halda almennu reglurnar í lóggávuni.

5.2. Um ein ítøkilig vøra ella tænastruveiting verður boðin út til sølu í einari bannarareklamu, skulu upplýsingarnar um vøruna, prísinn á henni, samanseting, nýtslu, mongd o.a., vera rættar, og reklaman má ikki í sniðgávu síni – ella av tí at týðningarmiklar upplýsingar ikki verða nevndar – vera villleiðandi.<sup>23</sup>

5.2.1. Týðningarmiklar upplýsingar um vøruna ella tænastruveitingina skulu síggjast á bannaralýsingini við somu ella úti við somu fráboðanarmegi sum tilboðið um at keypa vøruna ella tænastruveitingina.

5.3. Verður ein vøra ella tænastruveiting boðin fram í einari bannaralýsing við upplýsing um prís, skal tað vera samantaldi prísurin, sum brúkarin í minsta lagi kemur at gjalda íroknað mvg, avgjöld og aðrar kostnaðir og ómaksgjöld<sup>24</sup>, ið tað kostar at keypa vøruna ella veitingina.

5.4. Sølufremjandi fyriskipanir, sum t.d. tilboð um at vera við í kappingum, tilboð um okkurt umframt, vøruroyndir, royndartíðarskeið ella tílíkt, sum hevur til endamáls ítøkiliga ella yvirhøvur at fremja søluna hjá tí vinnurekandi, skulu marknaðarførast soleiðis, at treytirnar, ið eru knýttar at tilboðnum, eru greiðar, týðiligar og lættar at koma til hjá tí, sum brúkar sosiala miðilin.

5.4.1. Orðingin av treytunum má ikki kunna elva til misskiljingar, tvítýðningar ella skeivar tulkingar.

---

<sup>23</sup> Jf grein 6 og grein 7 í fyriskipan um marknaðarførslu, sum framt er í donskum rætti í §3 í lógini um marknaðarførslu.

<sup>24</sup> Jf. §13 í lógini um marknaðarførslu. Kostnaður, sum ikki kann knýtast at ávísari vøru, verður ikki taldur upp í henda prísinn. Tað kann koma fyri í veitingarkostnaði. Kunnað veður beinleiðis sum ískoyti til prísinn, at annar kostnaður kemur aftrat, og reglurnar fyri, hvussu hann verður roknaður.

5.4.2. Treytirnar skulu verða vístar við somu kraft sum tann sölufremjandi fyriskipanin.

5.4.3. Í bannaralýsingum er sjáldan rúm til at lýsa øll fyrivarni og allar treytir, ið kunnu vera knýttar at einari sölufremjandi fyriskipan. Lýsir reklaman tilboðið greidliga, álitandi og javnvigað, kann brúkarin vísast til at lesa tær nágreiniligu treytirnar umvegis eitt leinki í reklamuni. Týðningarmiklar treytir skulu tó altíð vera upplýstar í bannaralýsingini við somu ella á leið somu kraft sum upplýsingin um ta sölufremjandi fyriskipanina. <sup>25</sup>

5.5. Tann vinnurekandi má ikki umrøða eina vøru ella tænastru veiting sum "ókeyp", "kostnaðarleysa", "uttan gjald" ella tílíkt, um brúkarin skal rinda aðrar útreiðslur, <sup>26</sup> sum ikki slepst undan, sum hava samband við at gera vart við seg í galdandi handilsmannagongd, umframt heintan ella gjald fyri at fáa vøruna ella veitingina flýggjaða. <sup>27</sup>

5.6. Tann vinnurekandi má ikke skapa ta skeivu fatan, at brúkarin longu hevur vunnið, fer at vinna ella við at gera okkurt ávíst fer at vinna ein vinning ella ein annan tilsvarandi ágóða, hóast veruleikin er, at har annaðhvørt – ikki er nakar vinningur ella annar tilsvarandi ágóði, ella – at tað, sum skal verða gjørt fyri at útloysa vinningin ella ein annan ágóða, ber í sær, at brúkarin skal rinda eina upphædd ella á annan hátt átaka sær útreiðslur. <sup>28</sup>

---

<sup>25</sup> Um tann, ið brúkar sosialar miðlar t.d. í eini bannaralýsing fær tilboð um at vera við í kapping, skal samstundis greidliga, sannført og javnvigað verða sagt í lýsingini, um luttøka í kappingini er treytað av, at keypsavtala verður gjørd. Er hetta ikki upplýst, er lýsingin villleiðandi. Sí eisini viðmerking til § 9, jf. lóg nr. 621 frá 14. juni 2011 í lóg um marknaðarførslu um broyting í lóg um marknaðarførslu og ógildan av lóg um brúkarareform.(danska lógin)

<sup>26</sup> Tað kann t.d. vera postgjald ella flutningskostnaður, men ikki kostnaður til innpakking, handfaring ella umsiting.

<sup>27</sup> Jf. fylgiskjal 2, pkt. 20 í fyriskipan um marknaðarførslu. Sí eisini vegleiðing frá nevndini at fremja/brúka fyriskipan 2005/29/EF um órímiliga handilssiðvenju, jf. arbeiðsskjali frá tænastrugreinum, KOM nr. SEK (2009) 1666 frá 3. desember 2009 frá Nevndini. Ásetingin er framd í donskum rætti í kunngerð um órímiliga marknaðarførslu í brúkaraviðurskiftum, pkt. 20.Kunngerðin er ikki sett í gildi í Føroyum.

<sup>28</sup> Jf. fylgiskjal 1, pkt. 31 í fyriskipan um marknaðarførslu. Ásetingin er framd í donskum rætti í kunngerð um órímiliga marknaðarførslu í brúkaraviðurskiftum, pkt. 31. Kunngerðin er ikki sett í gildi í Føroyum.

## 1. fylgiskjal

### Brúkarumboðini <sup>29</sup> tulka fyriskipan 2001/58/EF (fyriskipan um e-dátuverju), broytt við fyriskipan 2009/136/EF viðvíkjandi handilsligum boðum á Facebook.

Facebook er nú á dögum vanligasti sosiali miðilin. Vinnurekandi hava tí sóknast eftir hugburðinum hjá brúkarumboðunum, um handilsligar áheitanir á Facebook kunnu haldast at vera elektroniskur postur ella annað elektroniskt samskipti.

#### **Boð til innboks og Timeline (vangamynd)**

Á Facebook ber til at senda boð til innboksina hjá brúkarunum ella at seta boðini á veggjin hjá brúkaranna Timeline. Slík boð frá vinnurekandi halda brúkarumboðini vera fatað av allýsingini av elektroniskum posti og krevur tí samtykki frammanundan.<sup>30</sup>

#### **Bannaralýsingar**

Bannaralýsingar, sum t.d. verða vístar undir "stuðlaðar" kunnu helst ikki verða mettar sum elektroniskur postur, tí boðini verða valla goymd, til móttakarinn heintar tey, og verða heldur ikki hildin at verða send einum ávíssum móttakara. Bannaralýsingar, halda norðurlendsku brúkarumboðini, kunnu ikki vera "annað ófráboðað samskipti", sum hevur beinleiðis marknaðarførslu sum endamál, jf. grein 13, stk. 3 í fyriskipan um e-dátuverju. Tað merkir, at samtykki krevst ikki, og heldur ikki skal bera til at biðja seg undan bannaralýsingum.

#### **Tíðindi (Newsfeed)**

Tey boð, sum vísa seg fyri facebookbrúkara undir "tíðindum", kunnu vera "statusdagføringar" frá vinnurekandi, sum brúkari hevur gjørt vart við "dámar". Eisini kunnu tey vera boð um, at brúkarans vinum "dámar" ávísan vinnurekandi,

---

<sup>29</sup> Tað finska brúkarumboðið hevur ikki tikið undir við parti 3og fylgiskjali 1. Økið liggur undir finska dátumboðnum, sum ikki enn hevur tikið støðu til, hvussu hann tulkar fyriskipanina í mun til sosialar miðlar. Tað íslenska brúkarumboðið (Neytendastofa) hevur heldur ikki tikið undir við hesum parti, av tí at tað liggur undir øðrum myndugleika.

<sup>30</sup> Eini boð verað sett upp á veggjin hjá brúkara, um brúkarin "dámar" tann vinnurekandi. Brúkarumboðini halda, at eitt klikk á "dámar" ikki í sjálvum sær lýkur krøvini um samtykki, tí tað er ikki orðað sum eitt samtykki, sum livir upp til krøvini um eitt samtykki, jf. pkt 3.2. í stødutakanini.

upplýsingar, sum stava frá, at ein vinur brúkarans hefur "deilt" eina upplýsing um ein vinnurekandi ella boð um, at ein vinur hefur verið við í einari kapping.

Óvist er, um boð frá vinnurekandi, sum vísa seg undir "tíðindum" hjá facebookbrúkara, eru fevnd av allýsingini av elektroniskum posti. Til hetta mál er greitt, halda norðurlendsku brúkaraumboðini, at slíkar áheitanir at vera flokkaðar sum "annað ófráboðað samskipti", jf. grein 13, stk. 3 í fyriskipan um e-dátuverju, sum móttakari skal kunna biðja seg undan at taka ímóti, tá ið endamálið við boðunum er marknaðarførsla. Norðurlendsku brúkaraumboðini fara at skifta orð um tulkingina av hesum reglum við ES-nevndina og evropisku handhevjumyndugleikarnar.

Gevur ein vinnurekandi brúkara serligan ágóða ella eggjar <sup>31</sup>brúkara at deila ella breiða út <sup>32</sup>handilslig boð, halda brúkaraumboðini boðini koma frá tí vinnurekandi, og tí skulu vinirnir hjá brúkarinum hava móguleika at biðja seg undan, sí punkt 3.5. Er útbreiðslan ella deilingin einans grundað á brúkarans egnu avgerð, halda brúkaraumboðini ikki, at boðini eru fatað av regluni um ófráboðaða marknaðarførslu.

Um luttøka í kapping hefur við sær, at eini handilslig boð verða víst á brúkarans vegg og síðan á byrjanarsíðu hjá vinunum undir tíðindum, skulu vinirnir hjá brúkarinum kunna biðja seg undan slíkum áheitanum frá vinnurekandi í framtíðini.

---

<sup>31</sup> Sambært "Treytir til Facebook síður" (dagfest 29. feb. 2012) setur Facebook avmarkingar á, hvørjar treytir vinnurekandi kunnu seta fyri at vera við í einari kapping og øðrum átøkum, sum verða marknaðarførðar ígjøgnum facebook, herundir at tann vinnurekandi ikki kann seta krav um at kekka skriva inn á ávísam staði, ella at tú kanst brúka "deil"funksjónina til at breiða kunningum kappingina til vinir sínar. Umframt má ein "dámur" knøtturikki verða brúktur sum atkvøðumekanisma í einum átaki - t.d. eini kapping.

<sup>32</sup> her verður t.d. hugsað um funksjónirnar "dámur" og "deil"

## 2. fylgiskjal

### Lógin hjá hvørjum landi er galdandi?

Nýtir eitt vinnulívsfólk sosialar miðlar til marknaðarførslu, og tann, ið býður sosiala miðilin fram, býr í einum øðrum landi, ella tá ið tann vinnurekandi marknaðarførir í einum øðrum ES-landi, kann ivi stinga seg upp um, hvat lands lóggávu, tann vinnurekandi skal halda.

Tá ið mett verður um, hvat lands lóggávu marknaðarføringin hjá tí vinnurekandi skal halda, hevur tað í grundini ongan týdning, í hvørjum landi tann sociali miðilin er, ella hvar ið ambætarin stendur. Tað avgerandi er, hvar tann vinnurekandi, sum marknaðarførir tvørtur um landamørk, búleikast, og hvørjum landi tann vinnurekandi marknaðarførir í.

Tá ið vinnurekandi marknaðarførir seg á sosialu miðlunum, skal marknaðarførslan sum heild halda seg til almenna lóggávuna í landinum, har marknaðarførslan er virkin (virknisreglan). Marknaðarførir ein amerikanskur vinnurekandi seg á føroyska marknaðinum, skal marknaðarførslan halda føroysku lógina um marknaðarførslu o.a.

Tá ið ein vinnurekandi, búsitandi í Danmark ella einum øðrum ES/EBS-landi, vendir marknaðarførsluna á sosialu miðlunum til brúkararnar í einum øðrum ES/EBS-landi, er virknisreglan sum útgangsstøði ikki virkin. Í staðin er tann sonevnda reglan fyri sendaraland galdandi.<sup>33</sup>

Reglan fyri avsenderalond merkir, at vinnurekandi skulu marknaðarføra seg sambært almennu lóggávuna í ES-landinum, tann vinnurekandi búleikast. Marknaðarførir t.d. ein danskur vinnurekandi seg mótvegis norskum brúkarum, skal marknaðarføringin halda donsku lógina um marknaðarføring o.a.

---

<sup>33</sup> Jf. § 2 í donsku e-handilslógini (lóg nr. 227 frá 22. apríl 2002 um tænastr í kunningarsamfelagnum, her undir ávísar síður av elektroniskum handli). Lógin setir í gildi fyriskipan 2000/31/ES frá 8. juni 2000 hjá Evropatinginum og Ráðnum um ávís rættarlig aspekt av kunningarsamfelagstænastrum, serliga elektroniskan handil, í innara marknaðinum (fyriskipan um elektroniskan handil). Talan er tó í roynd og veru um eina lógvalsreglu (altjóða privatrættur), jf. grein 1, stk. 4, í fyriskipanini um elektroniskan handil og dómin hjá ES-Dómstólinum frá 25. oktober 2011 í málinum C-509/09. Dómstólurin slær fast, at grein 3 í e-handilsfyriskipanini (§ 2 í e-handilslógini) skal tulkast soleiðis, at her ikki er talan um eina veruliga lógvalsreglu, men at limalondini innan fyri samskipaða økið við fyrivarni fyri undantøkunum, sum koma av grein 3, stk. 4, skulu tryggja, at honum, ið býður tænastru, sum snýr seg um elektroniskan handil, ikki verða sett krøv, sum eru strangari enn tey, sum svara til tann materiella rættin, sum nýttur verður í landinum, har tann, ið býður tænastru, búleikast.



Reglan fyri avsendaralond verður eisini nýtt í fleiri almannarættarligum reglum, sum áseta krøv til online marknaðarførsluna hjá tí vinnurekandi, og verður handhevað av myndugleikunum í limalondunum. Tað kunnu t.d. vera krøv um førleikar, loyvi ella fráboðanarskyldur. Hetta fevnir eisini um krøv, sum eru galdandi fyri reklamur – t.d. krøvini í lógini um marknaðarførslu – ella serlig upplýsingarkrøv, tá ið selt verður á netinum, og undir teimum tey undansáttmálaligu upplýsingarkrøvini, sum fylgja av lógini um brúkaraavtalu.

Hóast hesar seinast nevndu reglar verður tað tó ofta í roynd og veru eisini neyðugt at halda tilsvareandi reglurnar í móttakaralandinum. Verður marknaðarført t.d. í einum øðrum ES-landi, og brúkararnir har kunnu gera avtalu á netinum, er tað soleiðis vanligi galdandi sambært teimum vanligu lógvalsreglunum (Rom-sáttmálin og Rom I-fyriskipanin)<sup>34</sup>, at lóggávan í móttakaralandinum er galdandi í rættarviðurskiftunum ímillum tann vinnurekandi og brúkaran, tá ið sáttmálin er komin í gildi. Tað hevur við sær, at verður kravið um upplýsingar hjá móttakaralandinum svarandi til reglurnar í lógini um brúkaraavtalu ikki virt, kann tað fáa borgararættarligar fylgjur, t.d. at iðranarfreistin hjá brúkarinum verður longd. Almenn krøv til t.d. vørurnar hjá tí vinnurekandi ella avgreiðsluna av vøruni – t.d. trygdarkrøv, krøv um merking ella ábyrgd av vøruni – eru harafturímóti ikki fevnd av e-handilslógini og við tí regluni um sendaraland.

Tann privatrættarliga lóggávan er heldur ikki fevnd av økinum hjá regluni um sendaraland og metingini av, hvat lands lóggáva tann vinnurekandi skal halda, verður avgjørd eftir teimum vanligu altjóða lógvalsreglunum (Rom-sáttmálanum og Rom I-fyriskipanini).

Hóast partarnir hava gjørt avtalu um lógval, kunnu brúkarar skjóta seg undir tær ófrávikiligu privatrættarligu reglurnar, sum eru galdandi í landinum, har hann ella hon búleikast, um marknaðarførslan hjá tí vinnurekandi hevur verið í heimlandinum hjá brúkarinum.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Jf. fyriskipanini hjá Evropa-Parlamentinum og Ráðnum (ES) nr. 593/2008 frá 17. juni 2008 um lógvalsreglur fyri skyldur viðvíkjandi sáttmálum (Rom I) ES-tíðindi nr. L 177 frá 4. juli 2008, s. 6 (Rom I-fyriskipanini). Rom I-fyriskipanin er tó ikki galdandi í Danmark vegna rættarliga fyrivarnið. Reglurnar um lógvalið eru her reguleraðar í Rom-sáttmálanum frá 1980 um, hvør lóg skal nýtast um skyldur viðvíkjandi sáttmálum, ES-tíðindi nr. C 27 frá 26. januar 1998, s. 34 (Rom-sáttmálin).

<sup>35</sup> Jf. grein 3, stk. 3 og 4, í Rom I Fyriskipanini ella grein 5, stk. 2 í Romsáttmálanum.

### 3. fylgiskjal

#### Ábyrgd av innihaldinum í marknaðarførsluni

Ein vinnurekandi kann ábyrgjast, um lýsingar og annað tilfar til marknaðarførslu, sum hann almannakunnger á sosialum miðlum, er ólógligt. Og hann kann eftir umstøðunum eisini ábyrgjast, um tilfarið verður breitt út á ólógligan hátt á sosialu miðlunum – um t.d. greidlig játtan ikki er fingin frá móttakaranum um, at hann loyvir hesum boðskapi í marknaðarførsluni at verða sendur til sín. Tann vinnurekandi kann soleiðis ikki skipa sína marknaðarførslu á álit á, at tilfarið til marknaðarførslu, sum onnur hava gjørt hansara vegna, er lógligt, ella tað, sum sosialu miðlarnir geva tær ræði á, samsvara reglunum í lóggávuni.

Hava onnur marknaðarførsluna á sosialu miðlunum um hendi – t.d. lýsingarstovur – kunnu tær ábyrgjast eftir teimum vanligu reglunum um at vera við/uppií.

Tann, ið býður sosialu miðlarnar fram, kann somuleiðis ábyrgjast fyri marknaðarførsluna hjá tí vinnurekandi eftir vanligu reglunum í lóggávuni um ábyrgdina av at vera við/uppií. Tó eru serligar reglur galdandi fyri ábyrgd av at miðla. Eftir teimum reglunum kann veitari av sosialu miðlunum undir ávísum treytum ikki ábyrgjast, hóast marknaðarførslan á sosialu miðlunum er ólóglig.<sup>36</sup>

Treytin fyri, at veitarin sleppur undan ábyrgd, er, at veitarin av sosialu miðlunum ikki er so mikið uppií, at hann verður vitandi um ella fær umsjón við ólógligu marknaðarførsluni. Veitarin av sosialu miðlunum kann undir ávísum umstøðum verða settur at vera uppií/við – um hann er t.d. uppií at betra marknaðarførsluna hjá tí vinnurekandi.<sup>37</sup> Harafturat er ein fortreyt tann, at veitarin er fevndur av reglunum um ábyrgingarfrælsi, at veitarin ikki veit um ella átti at vitað av lógarbrotinum. Tó er eingin vanlig eftirlitsskylda.

---

<sup>36</sup> Jf. §§ 14 til 16 í donsku e-lógini um handil (lóg nr. 227 frá 22. apríl 2002 um tænastr í kunningarsamfelagnum, undir hesum ávís aspekt um elektroniskan handil). Í Føroyum er ikki ein e-handilslóg sett í gildi.

<sup>37</sup> Jf. §§ avgerðina hjá ES-Dómstólinum í máli C-324/09 – L'Oréal og onnur ímóti eBay.

#### 4. fylgiskjal

**GG!! Talan er um eina danska kunngerð, ið ikki er sett í gildi í Føroyum. Fylgiskjalið er tikið við til kunneika um, hvørjar reglur eru galdandi, har reglur eru settar í verk.**

#### **Kunngerð um krøv til at upplýsa og játtan til at goyma og sleppa fram at upplýsingum í terminalútgerðini hjá endabrukara (“cookiekunngerðin”)**

Danska Vinnuáráðið hevur evnað skjalið

Tann 14. desember 2011 kom í gildi *kunngerð nr. 1148 frá 9. desember 2011 um krøv til at upplýsa og játtan til at goyma og sleppa fram at upplýsingum í terminalútgerðini hjá endabrukara*. Kunngerðin setur í verk fyriskipan um e-dátuvernd grein 5, stk. 3 í dansku rættarskipanini.

Endamálið við kunngerðini er at betra verndina av heimaumhvørvi hjá brúkarum, tá ið teir eru á netinum og nýta telduna, snildfonini ella ella aðra kt-útgerð.

Sambært kunngerðini skal boðast frá og loyvi fáast til vega frá brúkarinum, tá ið upplýsingar verða goymdir, ella leitað verður til upplýsingar í telduni, snildfonini ella aðrari kt-útgerð hjá honum.

Kravið í kunngerðini vendir sær tí ímillum annað til nýtsluna av “cookies”, sum verða nýttar á nógvum á-linju-tænastum og heimasíðum, t.d. sosialum miðlum.

Í EF er lóggávan í tí landinum, har tænastuveitari búleikast, galdandi. Búleikast tænastuveitarin uttan fyri EF, er lóggávan í tí landinum galdandi, har goymingin ella atgongdin til upplýsingar í terminalútgerðini er.

Veitari av einari tænastu, sum er í Danmark, og sum hevur goymt ella fingið atgongd til upplýsingar í terminalútgerðini hjá brúkarum, er sostatt fevndur av reglunum í dansku kunngerðini, sama hvar EF-brúkararnir búleikast.

Um ein, ið veitir tænastu, sum er í Danmark, ætlar at seta eitt “plug-in” ella annað, sum t.d. ein sosialur miðil býður fram, í tænastuna, er tænastuveitarin bundin av reglunum í kunngerðini.

Tí hefur tað ongan týdning, hvar sociali miðilin er staðsettur, um goymingin ella atgongdin til upplýsingar í terminalútgerð hjá brúkarum er tænasta, sum er staðsett í Danmark.

**1. dømi: Seta eitt modul til viðmerkingar á eina heimasíðu**

Ein stórur tíðindamiðil ætlar at seta eitt modul, sum ger, at teirra heimasíðubrúkarar kunnu viðmerkja innihaldið á heimasíðuni. Til hetta setir tíðindamiðilin seg í samband við veitaran av einum viðmerkingarmoduli, sum ber til at seta á eina heimasíðu. Miðilin og veitarin gera avtalu um, at modulið verður sett niðast á øllum heimasíðum hjá tíðindamiðlinum.

Modulveitarin vil fegin seta cookies í terminalútgerðina hjá brúkarinum, tá ið brúkarin fer inn á eina síðu, fyri at sleppa at fylgja við í, hvussu nógv modulið verður nýtt. Tíðindamiðilin avtalar tí við tann, ið veitir viðmerkingarmodulið, at hesin seinni nevndi skipar fyri, at reglurnar fyri at goyma ella at sleppa fram at upplýsingum í terminalútgerðini hjá brúkarinum verða fylgdar.

Hóast hetta hefur tíðindamiðilin ábyrgdina av, at reglurnar í roynd veru verða fylgdar, og tí ábyrgdina av, at eingin ólóglig goyming er í terminalútgerðini hjá brúkarinum, sama hvørja avtalu tíðindamiðilin ger við tann, ið veitt hefur viðmerkingarmodulið.

**2. dømi: Nýtsla av “plug-in” boðið fram av einum sosialum miðli, staðsettur í einum øðrum landi**

Ein nethandilsveitari, staðsettur í Danmark, vil sleppa at seta eitt plug-in, sum ein sosialur miðil, staðsettur í einum øðrum landi, býður fram. Hetta plug-in gevur brúkarinum høvi at siga, hvat ið hann heldur um viðkomandi nethandil.

Tá ið brúkarin fer inn á síðuna í nethandlinum, har umrødda plug-in stendur, goymir hetta plug-in eisini cookies í terminalútgerðini hjá brúkarinum.

Hóast sociali miðilin er staðsettur í einum øðrum landi, skal goymingin ella atgongdin til cookies í terminalútgerðini hjá brúkarinum, halda donsku reglurnar, tí cookies-nýtlan hendir ígjøgnum tænastráta hjá nethandlinum, sum staðsettur er í Danmark.

Í sambandi við at kunngerðin var útgivin, sendi danski telemyndugleikin eina vegleiðing til kunngerðina til tess at fáa nýggju reglurnar settar í verk.

Kunngerðin og vegleiðing til kunngerðina eru á heimasíðuni hjá rættarkunningini <http://www.retsinformation.dk/Forms/R0710.aspx?id=139279>