



KOMMISSIONEN FOR DE EUROPÆISKE FÆLLESSKABER

Brussels, 22.01.2004
COM(2004) 28 endelig

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN
TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET, DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG
SOCIALE UDVALG OG REGIONSUDVALGET**

om uønskede reklamehenvendelser, også kaldet skidtpost ("spam")

DA

DA

INDHOLDSFORTEGNELSE

Resumé	4
Baggrund og formål.....	5
1. Skidtpost - hvad går problemet ud på?.....	6
1.1. Problemets omfang.....	6
1.2. Hvorfor er skidtpost et problem?	8
2. Reglerne om uønskede reklamehenvendelser, kort fortalt	9
2.1. Tilvalgsprincippet.....	9
2.2. Bestemmelser om håndhævelse	11
2.3. Andre bestemmelser om skidtpost	11
3. Effektiv gennemførelse og myndighedshåndhævelse i medlemsstaterne	13
3.1. Indledning.....	13
3.2. Effektive retsmidler og sanktioner	15
3.2.1. Baggrund	15
3.2.2. Forslag til foranstaltninger	16
3.3. Klagesystemer	16
3.3.1. Baggrund	16
3.3.2. Forslag til foranstaltninger	17
3.4. Klager på tværs af grænserne og samarbejde om håndhævelse uden for EU	18
3.4.1. Baggrund	18
3.4.2. Forslag til foranstaltninger	18
3.5. Samarbejde med tredjelande	19
3.5.1. Baggrund	19
3.5.2. Forslag til foranstaltninger	20
3.6. Overvågning.....	20
3.6.1. Baggrund	20
3.6.2. Forslag til foranstaltninger	21
4. Tekniske foranstaltninger og selvregulering i erhvervslivet	21
4.1. Effektiv anvendelse af tilvalgssystemet	21

4.1.1.	Baggrund	21
4.1.2.	Forslag til foranstaltninger	22
4.2.	Alternative ordninger for tvistbilæggelse.....	23
4.2.1.	Baggrund	23
4.2.2.	Forslag til foranstaltninger	24
4.3.	Tekniske spørgsmål.....	24
4.3.1.	Baggrund	24
4.3.2.	Forslag til foranstaltninger	25
5.	Oplysning	26
5.1.	Baggrund	26
5.2.	Forslag til foranstaltninger	28
	Konklusion	29
	Oversigt over de foranstaltninger, der peges på i meddelelsen.....	30

**MEDDELELSE FRA KOMMISSIONEN
TIL EUROPA-PARLAMENTET, RÅDET, DET EUROPÆISKE ØKONOMISKE OG
SOCIALE UDVALG OG REGIONSUDVALGET**

om uønskede reklamehenvendelser, også kaldet skidtpost ("spam")

(EØS-relevant tekst)

RESUMÉ

Mængden af uønskede elektroniske reklamehenvendelser, også kaldet skidtpost eller "spam", har efterhånden antaget foruroligende dimensioner. Det anslås nu, at over halvdelen af verdens elektroniske post er skidtpost. Endnu mere bekymrende er væksten: i 2001 var andelen "kun" 7 procent.

Der er mange grunde til at skidtpost er et problem: privatlivets fred, forbrugervildledning, beskyttelse af mindreårige og af menneskers værdighed, ekstra omkostninger for virksomhederne og tab af produktivitet. Skidtpost undergraver den forbrugertillid, som er en forudsætning for, at e-handel og e-service kan få succes - ja, for informationssamfundet i det hele taget.

EU forudså denne fare og vedtog derfor i juli 2002 direktiv 2002/58/EF om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation. Det knæsatte for hele EU-området princippet om, at markedsføring via elektronisk post (herunder sms og mms over mobiltelefoner) forudsætter samtykke (tilvalgsprincippet), og opstillede en række supplerende beskyttelsesregler for forbrugerne. Direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation skulle have været gennemført den 31. oktober 2003. Et antal medlemsstater har dog ikke sendt Kommissionen gennemførelsesdokumenterne, og den har derfor indledt overtrædelsesprocedurer mod dem.

Vedtagelse af lovregler er nok det første nødvendige skridt, men i sig selv kun en del af svaret. I denne meddelelse peges der på en række foranstaltninger, som er et nødvendigt supplement til EU-reglerne og kan gøre "bandlysnings af skidtpost" til en realitet.

Men der findes ingen patentopskrift mod skidtpost. De tiltag, der udpeges i denne meddelelse, går navnlig ud på, at medlemsstaterne og myndighederne skal håndhæve reglerne effektivt, at erhvervslivet skal finde tekniske og frivillige løsninger, og at forbrugerne skal oplyses. Det internationale aspekt behandles også, idet en stor del af skidtposten kommer fra lande uden for EU.

Disse initiativer afspejler i det store og hele den enighed, der opstod i løbet af 2003, og som blev bekræftet under workshopen i oktober 2003, men der er også brug for enighed om gennemførelsen. Kun hvis alle parter - fra medlemsstaterne og deres myndigheder over erhvervslivet til forbrugerne og brugerne af internettet og elektronisk kommunikation - gør hver sit, kan den omsiggribende brug af skidtpost bremses.

Nogle af foranstaltningerne har indlysende omkostninger. Men det er en pris, der må betales, hvis e-post og e-service skal overleve som et effektivt kommunikationsværktøj. Gennemføres foranstaltningerne i denne meddelelse, kan vi nå langt med at beskære omfanget af skidtpost, til gavn for informationssamfundet, borgerne og økonomien.

Baggrund og formål

Der er udbredt enighed om, at uønskede elektroniske reklamehenvendelser¹, også kaldet skidtpost eller "spam", er et af internettets største problemer i dag. Fænomenet har nu nået et foruroligende niveau. Der er fare for at brugere af e-post eller sms simpelthen afstår fra at bruge e-post - en af de mest populære anvendelser af internettet - eller mobiltjenester, eller bruger det mindre end de ellers ville. På et mere overordnet plan betyder forventningerne om, at internettet og andre former for elektronisk kommunikation (med f.eks. bredbåndsteknikken, trådløse abonnentnet og mobilkommunikation) kommer til at spille en central rolle for produktivitetsvæksten i moderne økonomier, at der er endnu mere grund til at være opmærksom på skidtpost.

Selvom der er enighed om, at der må gøres en indsats, før overhåndtagende skidtpost ophæver erhvervslivets og borgernes udbytte af e-post og andre elektroniske tjenester, så er det langt fra indlysende, hvordan skidtposten bedst bekæmpes. Der er ingen patntløsninger. Kun hvis alle parter - fra medlemsstaterne og de relevante myndigheder over erhvervslivet til forbrugerne og brugerne af internettet og elektronisk kommunikation - gør hver sit, har vi en chance for at bekæmpe skidtpost effektivt.

I denne meddelelse peges der på, hvad man kan gøre på forskellige fronter: retligt, teknisk og oplysningsmæssigt. Udgangspunktet er direktiv 2002/58/EF, som knæsætter en (samtykkebaseret) tilvalgsordning. Det direktiv skulle medlemsstaterne gennemføre for "kommerciel kommunikation" senest den 31. oktober 2003².

Denne serie af tiltag sigter navnlig mod effektiv gennemførelse og håndhævelse af direktivet i medlemsstaterne, mod tekniske foranstaltninger, mod frivillig regulering i erhvervslivet, forbrugeroplysning og internationalt samarbejde. Og det internationale aspekt er særlig vigtigt, for megen skidtpost synes at komme fra lande uden for EU, især Nordamerika³.

Tiltagene afspejler i det store og hele den enighed, der opstod i løbet af 2003, og som blev bekræftet under workshopen i oktober 2003⁴. Enigheden på dette område er så meget des vigtigere, som det hovedsagelig er disse berørte parter, der - hvor det er muligt, med støtte fra Kommissionen - skal gennemføre de anførte tiltag til gavn for informationsområdet, dets erhvervsliv og dets brugere.

¹ Denne meddelelse omfatter ikke uønskede henvendelser uden for de elektroniske net, f.eks. uønsket papirpost.

² Jf. særlig artikel 13 i direktiv 2002/58/EF om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation (se afsnit 2 nedenfor).

³ F.eks. synes de "spam box"-initiativer, som henholdsvis den franske "Commission Nationale Informatique et Libertés (CNIL)" og den belgiske "Commission de la Protection de la Vie Privée (CPVP)" organiserede i 2002 at bekræfte, at de primære kilder til skidtpost var USA og i mindre grad Canada. The CPVP findings are available at: http://www.privacy.fgov.be/publications/spam_4-7-03_fr.pdf; CNIL's rapport findes på følgende URL-adresse: http://www.cnil.fr/thematic/docs/internet/boite_a_spam.pdf. Se også: UNCTAD, E-Commerce and Development Report 2003, New York og Genève, 2003, s. 27.

⁴ Forud for workshopen blev der uddelt et oplæg om "uønskede henvendelser eller spam". Oplægget byggede på tidligere drøftelser i Kommunikationsudvalget og Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse. Medlemmerne af Kommunikationsudvalget og Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse leverede oplysninger på grundlag af et spørgeskema. Derudover reagerede et antal erhvervssammenslutninger og enkeltstående virksomheder, fra internetudbydere og operatører af kommunikationsnet (mobil- og fastnet) over firmaer, der praktiserer direkte markedsføring og reklame, til producenter af computere og computerprogrammer.

Dokumentets opbygning

Dokumentet peger på forskellige aspekter af skidtpostproblemet, og stiller forslag til, hvad der kan gøres over for hvert aspekt. Derudover må eksempler til efterfølgelse identificeres, når de kan hjælpe.

De foreslåede foranstaltninger præsenteres i følgende orden:

- Forslag vedrørende **gennemførelse og håndhævelse**, som særlig retter sig mod regeringer og andre myndigheder, på områder som afhjælpende foranstaltninger, sanktioner, klagesystemer, klager på tværs af grænserne, samarbejde med tredjelande og overvågning (afsnit 3).
- **Selvregulering og tekniske løsninger**, især rettet mod markedsaktørerne på områder som aftalevilkår, brancheetiske regler, acceptabel markedsføringspraksis, mærkningsordninger, alternative ordninger for tvistbilæggelse, tekniske løsninger som f.eks. filtrering og sikkerhed (afsnit 4).
- **Oplysning**, herunder forebyggelse, forbrugeroplysning og indrapportering. Disse foranstaltninger skal iværksættes af regeringer og andre myndigheder, markedsaktører, forbrugerorganisationer og lignende (afsnit 5).

Sidst i denne meddelelse bringes en oversigt over foranstaltningerne. De er indbyrdes forbundne på forskellige måder. Derfor bør de i videst muligt omfang gennemføres sideløbende og i indbyrdes sammenhæng.

Men før vi vender os mod foranstaltningerne, vil vi i de følgende afsnit kort analysere begrebet "skidtpost" (afsnit 1) og repetere de nye regler, der har været gældende siden den 31. oktober 2003 (afsnit 2).

1. SKIDTPOST - HVAD GÅR PROBLEMET UD PÅ?

Hvad er skidtpost?

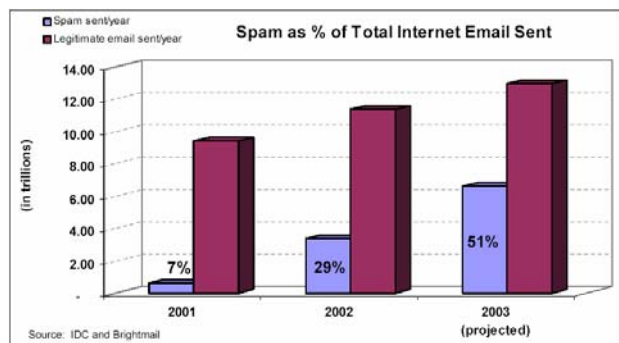
Skidtpost og spam er ord, der bruges hyppigere end de defineres. Kort fortalt bruges de almindeligvis til at betegne uønsket elektronisk post, ofte som masseforsendelser. Det nye direktiv har ingen definition af skidtpost og bruger ikke udtrykket. Der tales der om "uanmodet kommunikation" ved hjælp af "elektronisk post" "med henblik på direkte markedsføring", hvilket som helhed reelt omfatter de fleste former for skidtpost. Derfor benyttes i denne meddelelse termen skidtpost som en kort betegnelse for uønskede elektroniske reklamehenvendelser.

Og læg mærke til, at elektronisk post i denne sammenhæng ikke kun skal opfattes som den traditionelle SMTP-baserede e-post, men også omfatter sms- og mms-beskeder, ja faktisk enhver form for elektronisk kommunikation, der ikke kræver afsenders og modtagers samtidige medvirken (se afsnit 2).

1.1. Problemets omfang

Mængden af uønsket elektronisk reklame, skidtpost, har antaget foruroligende dimensioner. Selvom statistikkerne ikke er helt sammenlignelige, anslås det almindeligvis, at over halvdelen af verdens e-post-trafik er skidtpost.

Endnu mere foruroligende er vækstraten. I 2001 anslog man skidtposten til "kun" 7% af verdens e-post-trafik. I 2002 var skønnet 29%, og prognoserne for 2003 peger på en andel på 51%.



Figur 1: Skidtpostens andel af al e-post via internettet

Variationerne kan være store mellem bruger kategorier og egne af verden. (F.eks. anslås det, at omkring 30% af al udefra kommende e-post til Europa-Kommissionen er skidtpost.) Men som helhed er de seneste tal for EU ikke mindre foruroligende end de globale tal⁵.

Selvom skidtpost via mobilnet, f.eks. sms, i øjeblikket synes at være knap så stort et problem, kan det forventes, at kommende tekniske muligheder som f.eks. e-post via mobilnet vil øge skidtpostmængden. Denne trussel bekræftes af erfaringerne i lande (f.eks. Japan), hvor i-Mode-mobilkommunikation har stor udbredelse.

⁵ Anslået 49% skidtpost i EU for september 2003, hvad der skal sammenlignes med ca. 54% globalt i samme periode (Kilde: Brightmail, 2003).

1.2. Hvorfor er skidtpost et problem?

Fra den enkelte borgers synsvinkel er skidtpost en krænkelse af privatsfæren. Dette hensyn er det centrale i de nye regler om uønskede henvendelser, der beskrives i næste afsnit. Dertil kommer, at skidtpost ofte er vildledende. En stor andel af skidtposten synes at have sit udspring i et ønske om at lokke penge ud af forbrugere ved hjælp af vildledende påstande⁶. Desværre svarer alt for mange forbrugere på denne vildledende skidtpost⁷. Dertil kommer, at pornografisk materiale i e-posten kan være særdeles chokerende⁸. Og endelig er det tidrøvende for brugeren at tømme sin postkasse for skidtpost, og dyrt, når der skal købes filtrerings- og andre programmer.

Også for erhvervslivet er skidtpost efterhånden ved at være et dyrt bekendtskab. Af direkte omkostninger er der løn til ansatte, der ligesom privatpersoner skal bruge tid på at tømme indbakker og derfor bliver mindre effektive eller produktive. I it-afdelingerne bruges der tid og penge i forsøg på at løse problemet. Internetudbydere og leverandører af e-post-tjenester skal købe mere båndbredde og mere lagerkapacitet til e-post, som ingen vil have. Der er også risiko for, at skidtpost direkte skader den organisation, der modtager den (f.eks. hvis der kommer skadeligt indhold på en ansats computer), eller som - uden at vide det - kommer til at sende den videre. Dertil kommer indirekte omkostninger: Det hænder, at legitime forretningsmæssige henvendelser ikke når frem på grund af de nuværende filterteknikker ("falske positivregistreringer"), eller blot ikke læses mere, fordi de opfattes som skidtpost. Endelig bruges skidtpost mere og mere som middel til at sprede virus, hvad der kan blive særdeles dyrt for virksomhederne.

Er folk ligeglade?

Antallet af klager er et mål for brugernes utilfredshed. På 3 måneder fik den Frankrigs elektroniske klagebrevkasse, "la boîte à spams", 325.000 henvendelser. Et tilsvarende eksperiment i Belgien gav 50.000 klager på to en halv måned. FTC's permanente klagebrevkasse, UCE-databasen, fik 130.000 henvendelser om dagen i begyndelsen af 2003.

⁶ Ifølge en nylig rapport fra FTC indeholdt 22% af den analyserede skidtpost urigtige oplysninger i emnelinjen; 42% indeholdt vildledende emnelinjer, der fejlagtigt lod forstå, at afsenderen havde et forretningsmæssigt eller personligt forhold til modtageren; 44% af skidtposten havde urigtige oplysninger i afsender- eller emnelinjen; over halvdelen af den skidtpost, der handlede om pengeforhold, havde urigtig afsender- eller emnelinje; 40% af al skidtpost indeholdt tegn på urigtigheder i meddelelsen; 90% af alle investerings- og forretningstilbud indeholdt påstande, der efter al sandsynlighed var urigtige; 66% af al skidtpost indeholdt urigtig afsenderlinje, emnelinje eller tekst i meddelelsen. (False Claims in Spam, A report by the FTC's Division of Marketing Practices, 30. april 2003, foreligger på: <http://www.ftc.gov/reports/spam/030429spamreport.pdf>).

⁷ Ifølge Pew Internet oplyser 7% af e-post-brugerne, at de har afgivet bestillinger efter at have fået reklamehenvendelser, de ikke havde bedt om, og 33% har klikket på et link i e-post, de ikke har bedt om, for at få flere oplysninger. Selvom andelen af forbrugere, der bliver snydt er forholdsvis lille, betyder de enorme stordriftsfordele, som slyngelagtige forretningsfolk kan opnå ved at udbrede deres vildledende påstande i masseforsendt elektronisk reklame, at bondefangeriet Se: "Spam - How It Is Hurting Email and Degrading Life on the Internet, October 2003", rapport udarbejdet af Deborah Fallows for Pew Internet & American Life Project. Rapporten kan fås på følgende URL-adresse: http://www.pewinternet.org/reports/pdfs/PIP_Spam_Report.pdf. En kilde til masseforsendt e-post har for nylig som vidne på FTC's Spam Forum, der blev afholdt i april-maj 2003, fortalt, at han kunne få overskud, selv med en svarandel på kun 0,0001%. (Bemærkninger fra Timothy J. Muris, formand for Federal Trade Commission, Aspen Summit, Cyberspace and the American Dream, The Progress and Freedom Foundation, 19. august, 2003, Aspen, Colorado)

⁸ Det hænder også, at skidtpost indeholder meningsløs vold eller opfordrer til had på grundlag af race, køn, tro eller nationalitet.

Det er dog stadig svært at måle, hvad skidtposten giver af omkostninger, især for enkeltpersoner. Vanskeligheden skyldes ikke mindst, at en del af den fortræd, der gøres, ikke uden videre kan gøres op i penge. Hvad der foreligger af skøn, giver dog i de fleste tilfælde anledning til uro. Ferris Research har f.eks. skønnet, at skidtpost i 2002 kostede europæiske virksomheder omkring 2,5 mia. EUR alene i tabt produktivitet⁹. Og som nævnt er skidtpostbunken vokset betydeligt siden da. I juni 2003 anslog softwareleverandøren MessageLabs Ltd, at skidtpost kostede britiske virksomheder omkring 3,2 mia. GBP¹⁰. Skidtpost kan også have forskellige virkninger i forskellige brancher. F.eks. kan den juridiske sektor blive særlig berørt på grund af den fortrolige og følsomme karakter af de informationer, man dér omgås med.

En af de mest foruroligende følger af skidtpost er, at fænomenet underminerer folks tillid til de elektroniske systemer, og den er en forudsætning for, at e-handlen og informationssamfundet som helhed kan få succes. Breder den opfattelse sig, at en given detailhandelssektor er befængt med slyngler, kan det gå hårdt ud over renomméet for legitime forretningsdrivende i samme sektor. Nyere tal fra USA, der har større erfaring med skidtpost end EU, bekræfter, at mange er blevet mindre tillidsfulde over for e-post, fordi de får så megen skidtpost¹¹.

På det overordnede plan forventes det, at internettet og andre elektroniske kommunikationsmedier - bredsbåndsteknikken og trådløse abonentnet - bliver en central faktor for produktivitetsvæksten i moderne økonomier. Men hvis ikke der træffes de rigtige sikkerhedsforanstaltninger, så kan netop nogle af de tiltrækkende muligheder ved sådanne tjenester - permanent opkobling, trådløs opkobling - give stærkt øget risiko for at få og videresende skidtpost. Så væksten i disse tjenester kan altså føre til mere skidtpost, medmindre der i en fart træffes effektive modforholdsregler.

2. REGLERNE OM UØNSKEDE REKLAMEHENVENDELSER, KORT FORTALT

2.1. Tilvalgsprincippet

Direktiv 2002/58/EF om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation (gennemførelsesdato: 31. oktober 2003) forlanger, at medlemsstaterne udsteder forbud mod udsendelse af reklamehenvendelser, som modtagerne ikke har bedt om, via e-post eller andre elektroniske forsendelsessystemer, f.eks. sms og mms (multimedia messaging service), medmindre abonnenten på forhånd har givet sit samtykke (direktivets artikel 13, stk. 1)¹². Det er "tilvalgsprincippet", som ellers kun har været gældende for faxer og opkaldsautomater¹³.

⁹ Kilde: Ferris Research, 2003.

¹⁰ Dette tal nævnes sammen med andre skøn i: ' "Spam"; Report of an Inquiry by the All Party Internet Group' , London, oktober 2003, s. 8. Rapporten kan finde via denne URL-adresse: <http://www.apig.org.uk>

¹¹ En nyere undersøgelse fra Pew Internet viser, at 25% af de interviewede brugte e-posten mindre, fordi de fik så megen skidtpost.

¹² Europa-Parlamentets og Rådets direktiv 2002/58/EF af 12. juli 2002 om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred i den elektroniske kommunikationssektor (Direktiv om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation), EFT L 201 af 31.7.2002.

¹³ For reklameopkald med taletelefon, der ikke sker ved hjælp af opkaldsautomater, kan medlemsstaterne vælge mellem et tilvalgs- og et fravalgsprincip.

Tre grundregler efter den nye ordning:

Regel nr. 1: Markedsføring via e-post må kun være tilladt med abonnenternes forudgående samtykke. En begrænset undtagelse gælder for e-post (og sms-meddelelser), der sendes af samme person til eksisterende kunder og vedrører tilsvarende produkter eller tjenesteydelser. Denne ordning gælder for abonnenter, der er fysiske personer, men medlemsstaterne kan vælge at udvide den til juridiske personer.

Regel nr. 2: Det er ulovligt at sløre eller skjule identiteten af den afsender, på hvis vegne meddelelsen sendes.

Regel nr. 3: Al e-post skal indeholde en returadresse, som modtageren kan henvende sig til for at få standset sådanne henvendelser.

Der er dog ikke al e-post, som modtageren ikke har samtykket i, der er forbudt. Der er en undtagelse fra denne regel, som gælder i de tilfælde, hvor afsenderen har fået modtagerens e-post-adresse eller sms-nummer i forbindelse med et salg. Den kunne måske så kaldes et "blødt tilvalgskrav". Inden for et sådant eksisterende kundeforhold kan den virksomhed, der har fået oplysningerne fra sin kunde, bruge dem til at markedsføre lignende produkter eller tjenesteydelser som dem, den tidligere har solgt. Denne undtagelse er gjort ensartet på EU-niveau, og medlemsstaterne har ikke andet valg end at gennemføre den. Men den skal afgrænses snævert for at undgå, at tilvalgssystemet reelt undermineres. Desuden skal virksomheden, allerede første gang den indhenter oplysningerne, gøre det klart, at de kan blive brugt til direkte markedsføring (og i givet fald blive solgt til tredjeparter med samme formål), og de skal give kunden ret til "let og gebyrfrit" at afvise denne anvendelse. Og hver efterfølgende reklamehenvendelse skal indeholde mulighed for, at kunden let og gebyrfrit kan afvise yderligere henvendelser (fravalg).

Tilvalgssystemet er obligatorisk for alle henvendelser via e-post eller sms til enkeltpersoner (fysiske personer) ved direkte markedsføring. Medlemsstaterne kan udvide tilvalgssystemet til at gælde henvendelser til virksomheder (juridiske personer). Medlemsstater, der før havde et fravalgssystem for markedsføring over for virksomheder, herunder fravalgslisten, kan beholde dette system. En ordning, der kræver sondring mellem forskellige kategorier af e-post-abbonenter, kan give særlige problemer for afsenderne, når de skal skelne mellem juridiske og fysiske personer.

For alle kategorier af modtagere, både fysiske og juridiske personer, forbyder direktivet direkte reklamehenvendelser, der slører eller skjuler afsenderens identitet. Desuden skal sådanne henvendelser indeholde en adresse, som modtageren kan bruge til at afvise yderligere henvendelser¹⁴.

Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse, som er nedsat for at rådgive Kommissionen og består af repræsentanter for databeskyttelsesmyndighederne i EU, ser nærmere på nogle af disse forhold for at bidrage til en ensartet anvendelse af nationale foranstaltninger i henhold til direktiv 2002/58/EF¹⁵. Enighed om disse spørgsmål vil forebygge afvigende fortolkninger, der kunne skade det indre markeds funktionsevne. Arbejdsgruppen har i tidligere dokumenter behandlet andre forhold i forbindelse med uønskede henvendelser¹⁶.

¹⁴ Artikel 13, stk. 4, i direktiv 2002/58/EF.

¹⁵ I overensstemmelse med artikel 15, stk. 3, i direktiv 2002/58/EF, jf. direktiv 95/46/EF artikel 30.

¹⁶ Se f.eks.: Udtalelse 7/2000 om Europa-Kommissionens forslag til Europa-Parlamentets og Rådets direktiv om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred i den elektroniske kommunikationssektor af 12. juli 2000. Henstilling 2/2001 om visse minimumskrav til

2.2. Bestemmelser om håndhævelse

Det generelle databeskyttelsesdirektivs regler om retsmidler, ansvar og sanktioner gælder også for bestemmelserne i direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation, herunder for bestemmelserne om uønskede henvendelser¹⁷.

Medlemsstaterne skal kort sagt sikre, at der er retsmidler og sanktionsmuligheder til rådighed ved overtrædelser. Den enkelte borger skal kunne gå til domstolene i tilfælde af overgreb mod de rettigheder, som den nationale lovgivning stadfæster. Muligheden for at gå rettens vej betyder ikke, at man ikke (evt. forudgående) kan have en administrativ klagemulighed, men der er intet harmoniseret krav om, at sådanne administrative procedurer skal tilvejebringes. Den enkelte skal have ret til erstatning for skader, der skyldes ulovlig behandling eller en anden ulovlig handling. Der skal være bestemmelser om sanktioner ved for overtrædelser, og bestemmelserne skal sikre, at direktivet gennemføres i fuldt omfang.

Med andre ord: selvom et direktiv i sagens natur giver medlemsstaterne et vist spillerum ved valget af midler til gennemførelsen - herunder valget af retsmidler og sanktioner - så går kravet ud på, at midlerne skal sikre, at bestemmelserne om uønskede reklamehenvendelser "gennemføres i fuldt omfang".

Som altid, når der er tale om et direktiv, er det i første omgang medlemsstaternes opgave at håndhæve bestemmelserne, ikke Kommissionens. F.eks. skal Kommissionen ikke retsforfølge dem, der overtræder de direktivfæstede rettigheder og forpligtelser, eller pålægge dem bøder¹⁸.

2.3. Andre bestemmelser om skidtpost

En praksis, der tit hænger sammen med udsendelse af skidtpost, er "indhøstning" af e-post-adresser, dvs. automatisk indsamling af persondata på offentlige internetforbundne steder,

onlineindsamling af personoplysninger i Den Europæiske Union. Se også arbejdsdokumentet af 21. november 2000 med titlen Beskyttelse af privatlivets fred på Internettet - En integreret EU-strategi til beskyttelse af onlineoplysninger. Alle disse dokumenter kan konsulteres fra følgende internetadresse (og findes også på dansk dér):

http://europa.eu.int/comm/internal_market/privacy/workinggroup_en.htm

¹⁷ Artikel 15 i direktiv 2002/58/EF henviser til kapitel III i direktiv 95/46/EF om retsmidler, ansvar og sanktioner:

Artikel 22 - Klageadgang

Uden at foregribe muligheden for at iværksætte administrativ klage, herunder for den tilsynsmyndighed, der er nævnt i artikel 28, inden forelæggelse for retsinstanser, fastsætter medlemsstaterne bestemmelser om, at enhver har ret til for en domstol at indbringe en klage over krænkelse af de rettigheder, der garanteres i henhold til de nationale love, der gælder for den pågældende behandling.

Artikel 23 - Ansvar

1. Medlemsstaterne fastsætter bestemmelser om, at enhver, som har lidt skade som følge af en ulovlig behandling eller enhver anden handling, der er uforenelig med de nationale bestemmelser, der vedtages til gennemførelse af dette direktiv, har ret til erstatning for den forvoldte skade fra den registeransvarlige. 2. Den registeransvarlige kan helt eller delvis fritages for erstatningsansvar for skade, hvis han beviser, at han ikke er skyld i den begivenhed, der medførte skaden.

Artikel 24 - Sanktioner

Medlemsstaterne træffer de nødvendige foranstaltninger til at sikre, at dette direktiv gennemføres i fuldt omfang, og de fastsætter bl.a. de sanktioner, der skal finde anvendelse i tilfælde af overtrædelse af de bestemmelser, der vedtages til dette direktivs gennemførelse.

¹⁸ Dette til forskel fra organer som den amerikanske Federal Trade Commission.

f.eks. webbet, chatrum osv. Det er ulovligt efter det generelle databeskyttelsesdirektiv, 95/46/EF, uanset om indsamlingen foregår automatisk med et særligt indsamlingsprogram¹⁹.

Det kan være overordentlig ubehageligt at blive udsat for bedragerisk og vildledende skidtpost. Udsendelse af sådanne henvendelser er allerede ulovligt efter gældende EU-regler om vildledende reklame og urimelig handelspraksis (f.eks. direktiv 84/450/EØF om vildledende reklame)²⁰. De enkelte landes lovgivning vil også normalt hjemle strengere sanktioner i mere alvorligt tilfælde, herunder strafferetlige sanktioner.

Bestemte kategorier af skidtpost kan være endnu mere chokerende, f.eks. pornografiske forsendelser eller skidtpost med meningsløs vold, især når børn udsættes for det²¹. Nok er visse forsendelser af denne type ikke i sig selv ulovlige, selvom de er skadelige, men de fleste lovgivninger forbyder forskelsløs distribution af dem til børn og voksne, og straffene kan være ganske strenge. Det hænder også, at skidtpost har direkte ulovligt indhold som f.eks. opfordring til had på grundlag af race, køn, tro eller nationalitet. Hvorom alting er: sådanne meddelelser vil blive fanget af "bandlysningen af skidtpost" lige som andre kategorier af uønsket e-post, i samme øjeblik deres formål er direkte reklame - og det er det tit.

Der bør endvidere henvises til direktiv 2000/31/EF om visse retlige aspekter af informationssamfundstjenester, navnlig elektronisk handel, i det indre marked ("Direktivet om elektronisk handel"), hvorefter "kommerciel kommunikation" klart skal kunne identificeres som sådan (artikel 6, litra a, i direktivet om elektronisk handel)²².

Hacking, identitetstyveri o.l. begås ofte til støtte for udsendelse af skidtpost, enten i forbindelse med forsendelsen af skidtposten eller for at få adgang til adressebaser eller computere. Mange af den type aktiviteter vil være omfattet af rammeafgårelsen om angreb på informationssystemer, som indeholder bestemmelser om strafferetlige sanktioner. Der blev opnået politisk enighed om denne rammeafgårelse, som bygger på et kommissionsforslag, i februar 2003, og den forventes officielt vedtaget inden længe²³. Mange medlemsstater kan

¹⁹ Se også arbejdsdokumentet fra Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse, "Beskyttelse af privatlivets fred på Internettet - En integreret EU-strategi til beskyttelse af onlineoplysninger" (dokumentnummer: WP 37, vedtaget den 21. november 2000).

²⁰ Rådets direktiv 84/450/EØF af 10. september 1984 om indbyrdes tilnærmelse af medlemsstaternes love og administrative bestemmelser om vildledende reklame, EFT L 250 af 19.9.1984, s. 17-20. Kommissionen har for nylig stillet forslag vedrørende afløsning og ajourføring af direktivet om vildledende reklame (KOM(2003) 356 endelig).

²¹ Den 24. september 1998 vedtog Rådet en henstilling om udvikling af den europæiske industris konkurrenceevne inden for audiovisuelle tjenester og informationstjenester gennem fremme af nationale rammer, der tager sigte på at opnå en sammenlignelig og effektiv beskyttelse af mindreårige og den menneskelige værdighed (98/560/EF). Denne henstilling var den første EU-retsakt om indholdet af audiovisuelle tjenester og informationstjenester, hvor alle former for fremføring er omfattet, fra radiospredning til internettet.

²² Europa-Parlamentets og Rådets direktiv af 8. juni 2000, EFT L 178, 17.7.2000. Som hovedregel skal "kommerciel kommunikation" opfylde gældende regler i tjenesteyderens etableringsmedlemsstat. Denne regel gælder dog ikke for tilladeligheden af uønskede e-post-henvendelser (se artikel 3 i direktivet om elektronisk handel og dets bilag). I de (forholdsvis få) tilfælde, hvor direktiv 2002/58/EF ikke beskytter fysiske personer (f.eks. fysiske personer, der ikke er abonnenter) mod uønskede reklamehenvendelser, skal medlemsstaterne i henhold til direktivet om elektronisk handel desuden sørge for, at tjenesteydere, der udsender reklamehenvendelser med elektronisk post respekterer og regelmæssigt konsulterer de fravalgsregistre, hvor fysiske personer, der ikke ønsker at modtage reklamehenvendelser, kan registrere sig (se artikel 7 i direktivet om elektronisk handel).

²³ Forslag til Rådets rammeafgårelse om angreb på informationssystemer, KOM(2002) 173 endelig, 19.4.2002.

allerede nu retsforfølge ulovlig indtrængen i eller misbrug af servere eller personlige computere som en strafbar handling.

3. EFFEKTIV GENNEMFØRELSE OG MYNDIGHEDSHÅNDHÆVELSE I MEDLEMSSTATERNE

Dette afsnit om gennemførelse og håndhævelse omfatter forslag til foranstaltninger, der særlig retter sig mod regeringer og andre myndigheder. Forslagene vedrører afhjælpende foranstaltninger, straffe, klagesystemer, klager på tværs af grænserne, samarbejde med tredjelande og overvågning.

Men før vi vender os mod håndhævelsen, skal Kommissionen lige bemærke, at et antal medlemsstater endnu ikke har gennemført direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation i national ret, herunder bestemmelserne om uønsket elektronisk reklame, som indgår i en ny, bredere rammeregulering af elektronisk kommunikation²⁴. Europa-Parlamentet har for nylig beklaget denne forsinkelse²⁵. Efter at fristen for gennemførelse af direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation udløb den 31. oktober 2003, har Kommissionen i november 2003 indledt overtrædelsesprocedurer mod en række medlemsstater for manglende fremsendelse af gennemførelsesbestemmelser²⁶.

3.1. Indledning

Selvom en del af skidtposten kan hindres ved lovgivning, er lovregler alene ikke nok. Alle medlemsstater er nødt til at håndhæve tilvalgsprincippet effektivt. Ud over tilstrækkeligt med personale og ressourcer betyder det, at der skal oprettes hensigtsmæssige håndhævelsesmekanismer, også på tværs af grænserne. Også samarbejdet med tredjelande bliver afgørende. Endelig bliver det vigtigt at holde øje med udviklingen for at vurdere, hvor hovedindsatsen for håndhævelse skal lægges.

Der synes at være flere forskellige faktorer, som påvirker håndhævelsesmekanismernes effektivitet:

- Muligheden for at håndhæve reglerne med effektive bøder eller andre former for straf. Nogle regulerende myndigheder har tilsyneladende stadig ikke (effektive) håndhævelsesbeføjelser.
- Hvilke klagesystemer og retsmidler der står til rådighed for borgere og selskaber.
- De nationale myndigheder har sommetider overlappende ansvarsområder på dette felt, hvad der giver behov for klarhed og samordning.
- Brugernes viden om deres rettigheder og om, hvordan de kan hævde dem. Brugere må informeres om, hvor de kan klage, hvilke klager der behandles, og hvilke ikke, hvilken form for håndhævelse der kan iværksættes, og hvilke oplysninger de skal give myndighederne, før disse kan iværksætte en efterforskning.

²⁴ Se også 9. rapport om gennemførelsen af telekompakken. Den foreligger på engelsk med følgende URL-adresse:
http://europa.eu.int/information_society/topics/ecommm/all_about/implementation_enforcement/annualreports/9threport/index_en.htm

²⁵ Hvor vigtigt det er, at den nye regelramme for elektronisk kommunikation, herunder dette direktiv, gennemføres fuldstændigt, effektivt og til tiden, har Kommissionen understreget i meddelelsen "Elektronisk kommunikation: Vejen til videnøkonomien" (KOM(2003) 65 af 11. februar 2003).

²⁶ Åbningsskrivelserne blev afsendt den 25. november 2003 (se IP/03/1663).

- Samordning og samarbejde mellem medlemsstaterne indbyrdes og mellem dem og tredjelande om, hvilke nationale lovregler der finder anvendelse i givne sager.
- Hvilke ressourcer der er til rådighed for eftersporning af kilder til skidtpost i eller uden for EU, når de skjuler deres identitet ved at benytte andres identitet, adresser eller servere.

Hvilke bestemmelser der gælder for håndhævelse af reglerne om uønskede henvendelser, er beskrevet i afsnit 2.2 ovenfor. Der har hidtil været store forskelle på, hvordan procedurerne i forbindelse med uønsket elektronisk reklame er tilrettelagt²⁷. Selvom et EU-direktiv netop giver medlemsstaterne en vis margen med hensyn til gennemførelsesbestemmelserne, så er der behov for effektiv håndhævelse, uanset hvilken metode der bruges.

Forskelle mellem medlemsstaterne

Reglerne om uønsket elektronisk reklame håndhæves af forskellige myndigheder i de forskellige medlemsstater. I de fleste er det databeskyttelsesmyndigheden, der håndhæver i første række. Men i andre lande udføres denne opgave af den nationale tilsynsmyndighed for elektronisk kommunikation. I andre igen er forbrugerbeskyttelsesmyndighederne (herunder forbrugerombudsmand) den primære myndighed. Ofte er flere myndigheder involveret i håndhævelse af bestemmelserne om uønskede henvendelser. Dertil kommer, at skidtpost ofte udgør en vildledende eller bedragerisk praksis. (Et mindretal af medlemsstater har ingen forbrugerbeskyttelsesmyndighed, hvorfor håndhævelsen her er overladt til forbrugerorganisationer eller forbrugerne selv.) Udsendelse af skidtpost er tit knyttet til overtrædelse af databeskyttelsesregler, f.eks. "indhøstning" af persondata, eller ligefrem internetkriminalitet som ulovlig indtrængen i personlige computere eller servere. Bestemmelser, der svarer til hinanden, håndhæves således ikke altid af myndigheder, der svarer til hinanden - for ikke at tale om håndhævelse på tværs af grænserne.

Bortset fra nogle få medlemsstater fører klager ikke nødvendigvis til efterforskning. Der benyttes i nogle tilfælde forebyggende kontakter, herunder anvisninger og retningslinjer, der udsendes til virksomheder, og resultaterne kan være gode. Sommetider forlanges det, at forbrugeren kontakter virksomheden, før der klages. Nogle lande benytter selvregulering (f.eks. Det Forenede Kongerige) til at organisere denne første fase af et indgreb. I nogle medlemsstater har erhvervslivet allerede oprettet selvreguleringsorganer for klager. Også myndighederne handler ofte på eget initiativ. Tildeling af kompetence til en bestemt myndighed udelukker normalt ikke direkte adgang til domstolene.

Det er ikke alle databeskyttelsesmyndigheder, der har beføjelser til at gribe ind over for juridiske personer. De har heller ikke (endnu) alle mulighed for at pålægge sanktioner. Myndigheder uden disse muligheder må i givet fald indlede en sag ved domstolene. I Frankrig har erfaringerne med e-brevkassen foranlediget databeskyttelsesmyndigheden til at udvælge et antal enkeltsager og gå til domstolene med dem, dog uden det store held. I Belgien har en tilsvarende erfaring ført til udveksling af synspunkter med dem, der mistænkes for at være afsenderne, og i grænseoverskridende tilfælde til overdragelse af sagen til modparter i EU eller til FTC i USA.

Det påpeges ofte, at en passende blanding af lovregler, håndhævelse og selvregulering giver den meste effektive gennemførelse af tilvalgssystemet. Medlemsstaterne opfordres til at vurdere effektiviteten af deres håndhævelsesmidler, særlig på baggrund af nedenstående forslag (se afsnit 3.2 til 3.6).

Medlemsstaterne opfordres videre til at udarbejde nationale strategier for at sikre samarbejde mellem databeskyttelsesmyndigheder, forbrugerbeskyttelsesmyndigheder og de nationale tilsynsmyndigheder for elektronisk kommunikation, således at overlapninger og dobbeltarbejde mellem disse myndigheder undgås.

²⁷ Bemærk, at klagerne ofte også handler om beslægtede forhold, som f.eks. retten til indsigt i registrering af egne persondata og retten til at modsætte sig databehandling.

For at lette og samordne udveksling af oplysninger og eksempler til efterfølgelse inden for håndhævelse (f.eks. klager, retsmidler, sanktioner og internationalt samarbejde) har Kommissionen nedsat en **uformel onlinegruppe om uønskede reklamehenvendelser** med støtte fra medlemsstaterne og databeskyttelsesmyndighederne. Gruppen skal også lette og samordne arbejdet med de andre foranstaltninger, som der peges på i denne meddelelse, f.eks. oplysning og tekniske løsninger.

Dokumenter, der udarbejdes på grundlag af gruppens drøftelser vil normalt blive forelagt for Kommunikationsudvalget, der er nedsat i henhold til regelsættet for elektroniske kommunikationsnet og -tjenester, og/eller for Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse med henblik på opfølgning. I denne gruppe kan man ikke mindst fremlægge benchmark-kriterier for de forskellige foranstaltninger, der skal stilles forslag om.

Onlinegruppen består af de kompetente nationale forvaltninger og databeskyttelsesmyndigheder samt Kommissionens tjenestegrene. Gruppen afgør selv, hvordan den vil sikre andre berørte parter deltagelse.

3.2. Effektive retsmidler og sanktioner

3.2.1. Baggrund

På nuværende tidspunkt omfatter retsmidlerne bøder eller pålæg om at standse den ulovlige databehandling, herunder lejlighedsvis "blokering" af de involverede websteder. I nogle medlemsstater udstedes der "tilhold om ophør" forud for eller samtidig med bøder i tilfælde af overtrædelser. Det er imidlertid ikke alle myndigheder, der har kompetence over for hele sættet af lovovertrædelser i forbindelse med udsendelse af skidtpost, og de har heller ikke alle de samme værktøjer til deres rådighed. Det sker ofte, at sager må henvises til domstolene. Ikke alle medlemsstater har indført retlige sanktioner for overtrædelserne.

Ikke alle medlemsstater har forvaltningsretlige eller strafferetlige regler om retsmidler og bøder/straffe. De strafferetlige sanktioner er forskellige og omfatter fængselsstraf i nogle medlemsstater. Dertil kommer generelt muligheden af at kræve erstatning ved civilt søgsmål.

Der sondres som regel mellem mindre og mere alvorlige overtrædelser (f.eks. masseforsendelser, vildledende eller bedragerisk annoncering og handelspraksis), men der er store forskelle mellem de sanktioner, medlemsstaterne opererer med.

I mange tilfælde kan der også anvendes retsmidler, der gælder ifølge den generelle lovgivning om databeskyttelse, over for udsendelse af skidtpost (f.eks. ved brud på anmeldelsespligten, retten til indsigt eller pligten til at udpege en repræsentant i en EU-medlemsstat) eller ifølge anden særlig lovgivning (f.eks. vildledende reklame eller bedragerisk markedsføring). Især før tilvalgssystemet blev sat i værk, har der været brugt forskellige retsgrundlag til at håndtere visse former for skidtpost (f.eks. kampagner med masseforsendelse af skidtpost, ulovlig brug af persondata, forstyrrelse af nettene, misbrug af e-post-kontoer, svig og fejltolkning af aftaler).

I almindelighed anses henvisning til domstolene ikke for at være tilstrækkeligt som håndhævelse. Databeskyttelsesmyndighederne, forbrugerbeskyttelsesmyndighederne og/eller de nationale tilsynsmyndigheder for elektronisk kommunikation kan normalt udstede administrative bøder, men størrelsen varierer. De fleste medlemsstater, hvor denne mulighed ikke findes, overvejer at indføre den. Sammenlignet med henvisning til domstolene, forekommer administrative sanktioner særlig velegnede for en så dynamisk sektor. Data- og forbrugerbeskyttelsesmyndighederne og de nationale tilsynsmyndigheder skaffer sig ofte

supplerende værktøjer til håndhævelse. Administrative procedurer kan være både økonomisk overkommelige og hurtige (f.eks. inden for en frist på 50 dage ved den italienske databeskyttelsesmyndighed).

3.2.2. Forslag til foranstaltninger

Først og fremmest skal Kommissionen indtrængende opfordre de medlemsstater, der endnu ikke har gjort det, til straks at gennemføre direktivet, herunder særlig bestemmelserne om uønskede elektroniske henvendelser. Kommissionens tjenestegrene er om fornødent rede til at bistå medlemsstaterne.

Medlemsstaterne opfordres til at vurdere effektiviteten af deres systemer af retsmidler og sanktioner for overtrædelser og at give ofrene passende muligheder for at forlange erstatning.

Medlemsstater og kompetente myndigheder, der ikke har administrative retsmidler, bør overveje at indføre sådanne retsmidler mod skidtpost som et middel til at sikre en hurtig, økonomisk overkommelig og effektiv procedure for håndhævelse af tilvalgssystemet.

Kommissionen vil undersøge, om de nationale gennemførelsesforanstaltninger omfatter reelle sanktioner mod markedsaktørers overtrædelse af de relevante krav, herunder i givet fald økonomiske og strafferetlige sanktioner.

I denne forbindelse vil Kommissionen også undersøge, i hvilken udstrækning de kompetente myndigheder råder over de nødvendige efterforsknings- og håndhævelsesbeføjelser.

3.3. Klagesystemer

3.3.1. Baggrund

Effektiv håndhævelse kræver, at der findes tilstrækkelige klagemekanismer. Nogle databeskyttelsesmyndigheder har oprettet elektroniske brevkasser, som brugerne kan videresende uønsket elektronisk reklame til, og de har påtaget sig at gribe ind i bestemte tilfælde.

Nogle medlemsstater synes at foretrække normale administrative procedurer og/eller kontakter med internetudbydere eller særlige it-sikkerhedsgrupper, de såkaldte Computer Emergency Response Teams, CERT, når nettet forstyrres. Andre medlemsstater går ind for mere traditionelle procedurer (erstatningskrav ved civile søgsmål / administrative procedurer). Sommetider nævnes samregulering eller selvregulering som bedre alternativer til direkte lov håndhævelse.

Eksempler til efterfølgelse

Frankrig og Belgien har modtaget klager om skidtpost i særlige elektroniske brevkasser i slutningen af 2002, og resultaterne er ganske interessante. Rapporterne om disse initiativer er offentligt tilgængelige²⁸. Frankrig forventes at gøre brevkassen permanent til gennemførelse af de nye regler i direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation. USA's Federal Trade Commission (FTC) driver en tilsvarende e-brevkasse og udnytter det indkomne materiale til retssager, der anlægges efter gældende love om illoyal og bedragerisk handelspraksis²⁹.

En af fordelene ved e-brevkasser er, at de ser ud til at tilskynde forbrugerne til at indrapportere overtrædelser og derfor gør håndhævelsen af vedtagen lovgivning mere effektiv. Dertil kommer, at de er et middel til at indsamle vigtige statistiske oplysninger om omfanget og arten af de problemer, der forekommer i et givet land eller en given region. Det kan give et overblik, som myndighederne kan udnytte til at prioritere eller tilpasse håndhævelsesindsatsen. Den viden, man indsamler, kan også bruges til at tilrettelægge den forebyggende indsats. Den franske databeskyttelsesmyndighed, CNIL, har f.eks. brugt de oplysninger, den har indsamlet under operation "boîte à spams", som det hed, til at sammensætte informative brochurer til brugere og markedsaktører.

Hvor nyttig en elektronisk brevkasse er for overvågningen og målingen af skidtpostens omfang og udbredelse, afhænger naturligvis af, om der er kapacitet til at undersøge de indkomne klager hurtigt og effektivt.

Selvom der generelt er interesse for at lære af andre medlemsstaters erfaringer med elektroniske brevkasser, synes det kun at være nogle medlemsstater, der har planer om eller overvejer at oprette en særlig brevkasse til formålet. Som begrundelse anføres som regel: der findes i forvejen mulighed for at klage via e-post, som regel til myndighedens websted; det ville kræve ekstra personale og udstyr; det ville kræve ændring af de nuværende juridiske procedurer.

3.3.2. Forslag til foranstaltninger

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder bør vurdere effektiviteten af deres retssystem ved klager fra brugerne og i givet fald tilpasse det.

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder opfordres til at oprette særlige elektroniske brevkasser og understøtte dem med oplysningskampagner.

Brevkasserne bør tilrettelægges på en måde, der muliggøre enkel søgning og analyse med henblik på at opnå en bedre forståelse af problemet og prioritere håndhævelsesindsatsen.

²⁸ Rapporten af 24. oktober 2002 fra "Commission National Informatique et Libertés" (CNIL), den franske databeskyttelsesmyndighed foreligger på følgende URL-adresse:

http://www.cnil.fr/frame.htm?http://www.cnil.fr/thematic/internet/spam/spam_sommaire.htm

Rapporten fra den belgiske databeskyttelsesmyndighed, "Commission de Protection de la Vie Privée", kom i juli 2003 og kan ses på følgende URL-adresse: http://www.privacy.fgov.be/publications/spam_4-7-03_fr.pdf

²⁹ Se f.eks. <http://www.ftc.gov/bcp/online/pubs/online/inbox.pdf> - Uønskede eller vildledende meddelelser kan sendes til: uce@ftc.gov

Kommissionens tjenestegrene vil lette udvekslingen af oplysninger om erfaringerne med elektroniske brevkasser.

3.4. Klager på tværs af grænserne og samarbejde om håndhævelse uden for EU

3.4.1. Baggrund

En vellykket forbrugerbeskyttelse på dette område forudsætter, at klager på tværs af grænserne håndteres effektivt. Det bliver meget vigtigt at sikre, at de nationale klagesystemer, uanset hvordan de tilrettelægges, kan knyttes sammen, så det sikres, at også klager fra brugere i én medlemsstat over henvendelser fra kilder i en anden medlemsstat håndteres effektivt (se afsnit 3.5 om samarbejde med tredjelande).

På nuværende tidspunkt er det ikke alle medlemsstater, der har indrettet formaliserede procedurer. De nuværende løsninger omfatter kontakter med den relevante myndighed i en anden medlemsstat og mulighed for at overføre klagen til myndigheden for kilden til henvendelsen eller henvendelserne.

Databeskyttelsesmyndighederne på europæisk plan (herunder EØS og kandidatlandene) arbejder på at udveksle oplysninger om grænseoverskridende klager. Det foregår i en arbejdsgruppe ved navn "Complaints handling workshop", som er nedsat af den europæiske konference for databeskyttelsesmyndigheder (European Conference of Data Protection Commissioners). Denne gruppe kunne eventuelt benyttes til grænseoverskridende klager over skidtpost, herunder til at pege på, hvilken lov der skal anvendes i givne sager. Det skal dog bemærkes, at det ikke altid er databeskyttelsesmyndigheden, der håndhæver bestemmelserne om uønskede henvendelser.

På forbrugerbeskyttelsesområdet har Kommissionen for nylig stillet et forordningsforslag om forbrugerbeskyttelsessamarbejde³⁰. Efter forslaget skal der etableres et netværk af forbrugerbeskyttelsesmyndigheder til at tage sig af problemer, der går på tværs af grænserne. Forslaget omfatter procedurer for gensidig bistand og for et vidtgående praktisk samarbejde mellem landenes myndigheder. Skidtpost, der er vildledende eller bryder med andre regler om forbrugerbeskyttelse, vil være omfattet af den foreslåede ordning, men det omfatter ikke al skidtpost, der er forbudt efter direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation. Forordningsforslaget er for tiden til drøftelse i Rådet og Parlamentet.

3.4.2. Forslag til foranstaltninger

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder opfordres til at vurdere effektiviteten af deres eksisterende procedurer for håndtering af grænseoverskridende klager (f.eks. aftaler om gensidig bistand).

Der tilskyndes til samordning mellem de kompetente nationale myndigheder. Dette omfatter samordning og udveksling af oplysninger mellem de myndigheder, der håndhæver de nye bestemmelser, og mellem disse myndigheder og andre myndigheder, der har ansvaret for særlige former for skidtpost (f.eks. bedragerisk skidtpost ("scam"), pornografisk skidtpost og henvendelser om ulovligt distribuerede sundhedsrelaterede produkter).

Hvad angår bedragerisk og vildledende skidtpost opfordres Rådet og Parlamentet til hurtigst muligt at enes om forslaget til forordning om forbrugerbeskyttelsessamarbejde, så det sikres,

³⁰ KOM(2003) 443 endelig udg.

at EU's forbrugerbeskyttelsesmyndigheder er rustet til at håndtere vildledende skidtpost. De opfordres desuden til at overveje, om denne forordnings anvendelsesområde bør udvides til at omfatte direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation.

Medlemsstaterne opfordres til at undersøge, hvordan eksisterende barrierer for udveksling af informationer og samarbejde kan nedbrydes, og om der bør være mulighed for at anmode om handling fra modparterne i andre medlemsstater. I praktisk henseende kunne det være nyttigt at oprette en forbindelsesinstans (se ovennævnte initiativ fra databeskyttelsesmyndighedernes side), der kunne sætte de nationale myndigheder i stand til at samarbejde om håndhævelse på tværs af grænserne. Ved oprettelsen af et netværk til støtte for samarbejdet kunne man udnytte Kommissionens eksisterende programmer som f.eks. IDA³¹.

Kommissionen vil lette og fremme dette samarbejde mellem de kompetente nationale myndigheder, særlig gennem den nylig oprettede uformelle onlinegruppe om uønskede reklamehenvendelser. Kommissionens tjenestegrene er sammen med medlemsstaterne og de nationale håndhævelsesmyndigheder begyndt at undersøge, hvilken konkret indsats der skal gøres for at forbedre håndteringen af grænseoverskridende klager. Drøftelserne med de nationale myndigheder vil fortsætte i resten af 2004.

3.5. Samarbejde med tredjelande

3.5.1. Baggrund

De nye regler finder anvendelse på behandling af personoplysninger i forbindelse med, at offentligt tilgængelige elektroniske kommunikationstjenester stilles til rådighed via offentlige kommunikationsnet i EU (og EØS). Artikel 13 i direktiv 2002/58/EF, der indeholder tilvalgsreglen, finder derfor anvendelse på al uønsket elektronisk reklame, der modtages i og sendes fra net i EU (og EØS). Det betyder, at meddelelser af denne art, der har oprindelse i tredjelande, også skal opfylde EU's regler, ligesom meddelelser, der sendes fra EU til adressater i tredjelande.

Det er klart, at det bliver mere kompliceret at håndhæve reglen over for meddelelser med oprindelse i tredjelande end over for meddelelser med oprindelse i EU. Ikke desto mindre er det vigtigt at gøre det, for megen skidtpost kommer fra tredjelande.

Her bliver der behov for at tage forskellige virkemidler i brug samtidig, f.eks. forebyggelse, filtrering, selvregulering, aftaler og internationalt samarbejde. Men i dette afsnit fokuseres der specielt på internationalt samarbejde. Det internationale samarbejdes første mål er at fremme vedtagelsen af effektiv lovgivning i tredjelande. Det andet mål er at samarbejde med tredjelande om at sikre effektiv håndhævelse af gældende regler.

Der er ikke megen erfaring med håndhævelse af eksisterende til- eller fravalgsregler for meddelelser med oprindelse uden for EU. Bortset fra at skidtpost er et forholdsvis nyt fænomen, peges der ofte på, at afsenderne er svære at finde frem til, og at det kræver en stor indsats at gøre det. Videre peges der på, at der savnes (egnede) mekanismer for internationalt samarbejde, og at nogle myndigheder ikke har kompetence i internationale anliggender.

Hvad angår bedragerisk og vildledende skidtpost, ligger der også regler om samarbejde med tredjelande om håndhævelse i Kommissionens forslag til forordning om

³¹ Oplysninger om IDA-programmet foreligger på følgende URL-adresse: <http://europa.eu.int/comm/enterprise/ida/index.htm>

forbrugerbeskyttelsessamarbejde. Organisationen for Økonomisk Samarbejde og Udvikling (OECD) vedtog i 2003 en rekommandation om beskyttelse af forbrugerne mod bedragerisk og vildledende handelspraksis på tværs af grænserne³².

3.5.2. Forslag til foranstaltninger

På multilateralt plan deltager nogle medlemsstater allerede i forummer som OECD, hvor man er begyndt at arbejde med skidtpost. Aktiv deltagelse i dette arbejde opmuntres, ikke mindst i udarbejdelsen af internationale løsninger.

Kommissionen er vært for en OECD-workshop om skidtpost i februar 2004. Dens formål er at nå til en bedre forståelse af, hvilke problemer skidtpost forårsager, og at bidrage til internationale løsninger. På OECD-plan vil resultaterne blive fulgt op med konkrete tiltag. Kommissionens tjenestegrene drøfter disse opfølgende tiltag med medlemsstaterne, herunder også OECD's arbejde for at fremme effektiv lovgivning på internationalt plan, oplysning, tekniske løsninger, selvregulering og internationalt samarbejde om håndhævelse.

På FN-niveau understreges det i erklæringen fra verdenstopmødet om informationssamfundet (Genève, 10.-12. december 2003) og i den dertil knyttede handlingsplan, at skidtpost bør behandles på de relevante nationale og internationale niveauer. Kommissionen vil undersøge, hvordan man i EU bedst kan følge op på resultaterne af 2003-topmødet, under hensyntagen til det topmøde, der skal holdes i Tunis i 2005.

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder opfordres også til at forstærke eller iværksætte bilateralt samarbejde med tredjelande. Dette omfatter ikke blot fremme af effektiv lovgivning, men også samarbejde om håndhævelse, herunder i givet fald politimæssigt og retsligt samarbejde.

Der opfordres videre til samarbejde mellem myndighederne og den private sektor, særlig internet- og e-post-udbydere, om at spore afsendere af skidtpost, under iagttagelse af de nødvendige retsgarantier.

Kommissionens tjenestegrene vil fortsat være aktive i internationale forummer, herunder OECD og den workshop, som Kommissionen er vært for i Bruxelles i februar 2004. Den vil også fortsat holde bilaterale møder og drøftelser med tredjelande, bl.a. for at tilskynde tredjelandene til at tage effektive forholdsregler over for skidtpost, især de mest ubehagelige former for skidtpost, og for at fremme samarbejdet om håndhævelse.

Kommissionens tjenestegrene er sammen med medlemsstaterne og de nationale håndhævelsesmyndigheder begyndt at undersøge, hvordan man bedst kan sikre det internationale samarbejde, især for sikre behandling af klager over skidtpost fra tredjelande. Denne indsats sammen med de nationale myndigheder vil fortsætte i resten af 2004.

3.6. Overvågning

3.6.1. Baggrund

For at kunne vurdere, hvordan tilvalgssystemet fungerer i praksis, og for at træffe de rigtige forholdsregler over for særlige problemer, har medlemsstaterne brug for objektive og aktuelle oplysninger om udviklingen inden for udsendelse af skidtpost, om brugerklager og problemer for tjenesteudbydere. Blandt kilderne til og typerne af oplysninger kan nævnes:

³² OECD Guidelines for Protecting Consumers from Fraudulent and Deceptive Commercial Practices Across Borders, OECD, 2003.

udviklingslinjer for skidtpostens art, oprindelse og mængde, som den detekteres af leverandører af filtreringsprogrammer, tjenesteudbydere og nationale (tilsyns-) myndigheder, og statistik udarbejdet på grundlag af elektroniske klagebrevkasser, hvor de findes.

OECD påbegyndte i 2003 et arbejde med måling af uønsket e-post på internationalt plan og fortsætter indsatsen i 2004.

I henhold til artikel 18 i direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation skal der i 2006 forelægges en rapport om direktivets gennemførelse, dets virkninger for erhvervsdrivende og forbrugere, med særlig vægt på uønskede henvendelser. Under udarbejdelsen af denne rapport vil Kommissionen søge oplysning fra medlemsstaterne, herunder relevant statistik.

3.6.2. Forslag til foranstaltninger

Medlemsstaterne bør sikre, at de er i besiddelse af de oplysninger og statistikker, de har brug for til at målrette deres indsats for håndhævelse; dette bør i passende tilfælde ske i samarbejde med erhvervslivet og under hensyntagen til OECD's igangværende arbejde med at måle skidtpostens omfang.

Kommissionen vil benytte den nyoprettede uformelle onlinegruppe om uønskede reklamehenvendelser til at lette og samordne udveklingen af oplysninger og eksempler til efterfølgelse med hensyn til registrering af udviklingslinjerne og statistik for skidtpost.

4. TEKNISKE FORANSTALTNINGER OG SELVREGULERING I ERHVERVSLIVET

Dette afsnit om selvregulering og tekniske løsninger omfatter forslag til, hvad specielt markedsaktørerne bør gøre på områder som: aftalevilkår, brancheetiske regler, acceptabel markedsføringspraksis, mærkning og alternative ordninger for tvistbilæggelse. Det omfatter videre visse tekniske løsninger, f.eks. filtrering og serversikkerhed.

4.1. Effektiv anvendelse af tilvalgssystemet

4.1.1. Baggrund

Bekæmpelse af skidtpost er en sag for alle berørte parter. Erhvervslivet kan spille en særlig rolle ved at gøre tilvalgssystemet til daglig praksis. Daglig praksis er ikke kun et spørgsmål om vilkår for slutbrugere, men også om forbindelser med forretningspartnere.

I mange tilfælde vil bedre samordning gennem branchesammenslutninger og inddragelse af frivillige branchereguleringsorganer og forbruger- eller brugerorganisationer være påkrævet, foruden af databeskyttelsesmyndigheder eller andre kompetente nationale myndigheder.

Eksempel til efterfølgelse

Som illustration kan nævnes, at den nederlandske baserede Electronic Commerce Platform fra 2002 har omfattet en platform med betegnelsen "Basic Principles for Commercial e-Mail". Den omfatter forskellige erhvervsbrancher (direkte markedsføring og internetudbydere) samt den nederlandske forbrugerorganisation. Hensigten er at tilrettelægge en praktisk gennemførelse af tilvalgsprincippet. Denne praktiske gennemførelse vil blive afprøvet sammen med databeskyttelsesmyndigheden³³.

³³ Se <http://www.ecp.nl/projecten.php#32>

Aftaler kan være med til at bekæmpe skidtpost, under hensyntagen til at den enkeltes rettigheder skal garanteres. Mange internet- og e-post-udbydere har allerede nu i deres kundeaftaler forbud mod, at deres tjenester bruges til at sende skidtpost. Hos sådanne internet- og e-post-udbydere er det allerede nu forbudt at sende uønsket e-post, eller masseforsendt e-post, fra deres e-post-kontoer³⁴.

Begreberne i tidligere aftaler mellem internetudbydere og deres kunder vil nok være forskellige fra dem, der benyttes i det nye direktiv og de senere nationale gennemførelsesbestemmelser.

Hvad angår kundeservice er der også behov for en mere aktiv filtreringspolitik gående ud på at levere oplysninger om skidtpostfiltre og at give kunderne mulighed for at abonnere på filtreringstjenester eller -faciliteter.

Det samme gælder, når internetudbydere eller mobiloperatører indgår aftaler med tredjeparter, særlig med firmaer, der udsender direkte reklame. Det gælder f.eks. ikke kun direkte forbindelser med selskaber, der tilbyder "tillægstjenester". Det omfatter også operatører, med hvem en given tjenesteudbyder har sammenkoblingsaftaler, som det er tilfældet inden for mobiltjenesterne.

Den nye tilvalgsordning har også betydning for flere aktiviteter inden for direkte markedsføring, f.eks.:

- metoder til indsamling af e-post-adresser og andre elektroniske kontaktoplysninger (som nævnt er indhøstning af e-post-adresser uforenelig med EF-retten)
- tilpasning af eksisterende lister
- forbud mod at bruge data uden samtykke og mod salg af lister, der ikke er lovmedholdelige.

4.1.2. Forslag til foranstaltninger

Erhvervslivet bør inddrages ved hjælp af selvregulering eller samregulering, især på områder, hvor lovgivning og håndhævelse ved hjælp af de offentlige myndigheder ikke nødvendigvis er nok i sig selv. Alle berørte parter bør spille med på dette område, herunder forbruger- og/eller brugerorganisationer.

Tjenesteudbyderes aftalepraksis over for abonnenter og forretningspartnere

For det første må erhvervslivet vurdere, i hvilken grad deres eksisterende aftaler er forenelige med de nye regler og, hvor de ikke er det, tilpasse dem.

Det angår tilpasning af vilkårene i abonnentsaftaler. Det gælder ikke kun for internet- og e-post-udbydere, men også for udbydere af mobiltjenester. Som supplement kan der leveres oplysning om filtre og filtreringsprogrammer, eller brugerne kan få mulighed for at abonnere på filtreringstjenester (om filtrering se også afsnit 4.3). Bestemmelserne i aftaler med forretningspartnere (f.eks. mobilsammenkobling, tillægstjenester) bør også være udtryk for markedspraksis, der er i overensstemmelse med tilvalgssystemet, og de bør være understøttet med passende sanktioner ved brud på dem.

³⁴ Sådanne regler bygger sommetider på nødvendigheden af at træffe alle foranstaltninger for at hindre upassende brug af firmaernes tjenester. Andre henviser til eksisterende branchetiske regler om masseforsendt e-post eller til selvreguleringsprincipper (f.eks. netikette).

Praksis i firmaer, der udsender direkte reklame

For det andet kan det blive nødvendigt at tilpasse praksis i firmaer, der udsender direkte reklame, til tilvalgssystemet. Firmaer, der udsender direkte reklame, kan bl.a. enes om bestemte, lovmedholdelige metoder for indsamling af persondata (f.eks. systemer med "dobbelt" eller "bekræftet" tilvalg).

Branchetiske regler

For det tredje har erhvervslivets organisationer allerede annonceret forskellige initiativer, som f.eks. tilpasning eller vedtagelse af branchetiske regler og formidling af god markedsføringspraksis³⁵. Kommissionen vil støtte branchetiske regler for direkte markedsføring, der gælder i hele Europa. Etiske regler og andre initiativer til selvregulering samt aftaler skal opfylde tilvalgssystemets regler. Her kan det være en god idé at inddrage den kompetente tilsynsmyndighed. I øvrigt skal der her gøres opmærksom på, at Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse kan godkende branchetiske regler, der gælder i hele EU (se artikel 30 i det "generelle" databeskyttelsesdirektiv, 95/46/EF).

Som det tit er tilfældet, vil effekten af selvregulering afhænge af, hvilken struktur der tilrettelægges for at holde øje med, om de aftalte regler overholdes, og af om der er effektive sanktioner.

Mærkning

For det fjerde kan man for at øge oplysningsniveauet blandt brugerne benytte redskaber som mærkning (kaldes også "tillidsmærker" (trustmarks) eller "websegl" (webseals)). De kan især være nyttige, når tredjeparter, som nyder udbredt tillid, fører tilsyn med og attesterer, at markedsaktørerne overholder de branchetiske regler.

Synlige mærker kan vejlede brugerne når de skal finde frem til internet- og e-post-udbydere og andre aktører i branchen, som overholder EU-reglerne og/eller anerkendte branchetiske regler, der implementerer EU-reglerne. De kan også være med til at gøre filtreringssystemer mere effektive.

Man kunne også forestille sig mærkning af brugerdata, der overholder tilvalgsreglerne, og mærkning af e-post, der overholder tilvalgsreglerne (der f.eks. bruger mærket ADV i emnelinjen for at vise, at meddelelsen indeholder reklame ("advertising")).

Mærkerne kan også sætte modtagerne i stand til at identificere de reklamehenvendelser, der er i overensstemmelse med direktivet om elektronisk handel (se artikel 6, litra a, i direktiv 2000/31/EF; se også afsnit 2).

4.2. Alternative ordninger for tvistbilæggelse

4.2.1. Baggrund

For krænkelser af privatlivets fred, som f.eks. udsendelse af uønsket e-post, kan en udenretslig ordning for tvistbilæggelse være med til at sørge for, at de nye regler overholdes bedre. Der er taget forskellige initiativer på nationalt plan og i EU for at tilvejebringe alternative ordninger for bilæggelse af tvister i forbindelse med online-transaktioner og -kommunikation. Kommissionen har vedtaget henstillinger om alternativ tvistbilæggelse i 1998 og 2001, og heri fastlagt principper for sådanne systemer. Der er flere initiativer

³⁵ European Federation of Direct Marketing (FEDMA) har annonceret et særligt online-regelsæt for firmaer, der udsender direkte reklame.

undervejs vedrørende alternative tvistbilæggelsesordninger på forbrugerbeskyttelsesområdet (f.eks. EEJ-NET)³⁶. Artikel 17 i direktivet om elektronisk handel opfordrer også til, at der udvikles sådanne ordninger.

Udenretslige tvistbilæggelsesordninger findes allerede i nogle lande, sommetider etableret ved lovgivning, men de afviger fra hinanden i mange henseender, f.eks. med hensyn til oprindelse (branchespecifikke: direkte reklame, e-post-reklame), "jurisdiktion", beføjelser og sanktioner (f.eks. erstatningskrav), inddragelse af bestemte myndigheder (f.eks. databeskyttelsesmyndigheder, organer for reklameetik) m.v.

Hvis sådanne ordninger skal være effektive, må en række betingelser være opfyldt, f.eks. for hvordan de er organiseret, hvordan de gøres kendte, og hvordan det sikres, at deres kendelser gennemføres. For at oprette sådanne organer er det også nødvendigt at etablere et samarbejde mellem myndighederne og erhvervslivet.

4.2.2. Forslag til foranstaltninger

Der opfordres til, at der som led i selvregulering oprettes og anvendes effektive klagesystemer og alternative tvistbilæggelsesordninger, i givet fald med udgangspunkt i eksisterende initiativer (f.eks. EEJ-NET). De kan især vise sig nyttige i tilfælde, hvor det ellers er vanskeligt at gennemføre et internationalt samarbejde.

4.3. Tekniske spørgsmål

4.3.1. Baggrund

På den tekniske front findes der forskellige midler til at imødegå skidtpost. Internetsamfundet (f.eks. RIPE og IETF) har også taget skidtpostproblemet alvorligt³⁷. Initiativer på længere sigt, som f.eks. nye tekniske standarder for e-post, behandles ikke i dette dokument. Internet- og e-post-udbydere blokerer ofte for e-post fra servere, der bruges til at udsende skidtpost (sortlistning), indtil kilden identificeres og hindres i at bruge serveren. Desuden kan den enkelte bruger bruge filtreringsprogrammer på sit eget terminaludstyr, og udbydere af elektroniske kommunikationstjenester kan bruge dem på deres servere.

Men det er ikke alle filtreringssystemer og -metoder, der giver brugeren samme grad af kontrol over, hvad der foregår. De giver heller ikke alle samme sikkerhed for databeskyttelse og beskyttelse af privatlivets fred, f.eks. respekt for kommunikationshemmeligheden. De er heller ikke nødvendigvis endnu tilpasset til det nye tilvalgssystem, der gælder i EU-lande for reklame (baseret på forudgående samtykke, relateret til markedsføring, masseforsendt og ikke-masseforsendt). Desuden kan differentieringen mellem legitim reklame (f.eks. i overensstemmelse med tilvalsreglerne) og uønsket elektronisk reklame gøre det muligt at udvikle mere effektive filtreringsprogrammer.

Selvom de nye retsregler om uønsket elektronisk reklame kan skaffe yderligere sikkerhed for brugerne og større sikkerhed for tjenesteudbydere, der på anmodning træffer foranstaltninger mod kilder til skidtpost, kan filtrering lejlighedsvis standse lovmedholdelig e-post ("falske

³⁶ Flere oplysninger: http://europa.eu.int/comm/consumers/redress/out_of_court/index_en.htm

³⁷ F.eks. har der siden 1998 været en aktiv arbejdsgruppe vedrørende skidtpost under RIPE (Réseaux IP Européens) (se dokumentet "Good Practice for combating Unsolicited Bulk Email", der kan ses på RIPE's websted: <http://www.ripe.net>). For nylig har IRTF (Internet Research Task Force) nedsat en forskningsgruppe om skidtpost (se <http://www.irtf.org/charters/asrg.html>). Denne gruppe kunne tænkes at udvikle teknologi, der kunne være udgangspunkt for standardiseringsarbejde i IETF (Internet Engineering Task Force).

positivregistreringer") eller lade skidtpost slippe igennem ("falske negativregistreringer"). I nogle tilfælde kan det indebære en risiko for, at enten en afsender eller en adressat anlægger sag mod en internet-/e-post-udbyder. Nogle udbydere har derfor tilbud om en særlig tjeneste, som brugerne skal give dem tilladelse til at aktivere.

Filtreringsteknikker, der skal bekæmpe skidtpost, rejser også andre spørgsmål, som dog falder uden for rammerne af denne meddelelse, nemlig spørgsmål om filtrering kontra ytringsfrihed og filtrering kontra internet-/e-post-udbydernes kontraktlige pligt til at transmittere e-post til deres kunders kunder.

Hvad angår filtrering i mobiltjenesterne, er der her andre forretningsmodeller end inden for internettjenester over fastnettet, og det kan betyde, at der må findes andre løsninger. Især har det betydning, at førstnævnte model normalt indebærer en forsendelsesafgift per meddelelse, hvad der gør det dyrere at sende skidtpost. I visse nye tjenester kræves der derimod afgift for at hente meddelelser, og det betyder, at skidtpost øger udgifterne for modtageren. Dertil kommer, at e-post nu kan leveres til mobilterminaler. Filtre og visningsfaciliteter kan her leveres til abonnenterne, så de kan håndtere skidtpost på mobilen.

Også de åbne relæer kræver opmærksomhed. Åbne relæer er kort fortalt SMTP-servere, der kan bruges til at videresende meddelelser, som afsendes af andre end serverens lokale brugere. Tidligere var de fleste relæer åbne. Når relæer er åbne, kan de imidlertid benyttes af kilder til skidtpost, som ad den vej ganske let kan sende uønskede forsendelser ud. Den form for misbrug kan mindskes med ret enkle forebyggende midler. Det samme gælder for åbne proxyservere, som er servere med programmer, som muliggør direkte interaktion med internettet.

4.3.2. *Forslag til foranstaltninger*

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder opfordres til at afklare de retlige vilkår, som i deres lande gælder for brug af forskellige typer filtreringsprogrammer, herunder hvilke krav der stilles til beskyttelse af privatlivets fred.

Leverandører af filtreringsprogrammer må sikre, at deres filtreringssystemer er forenelige med tilvalgssystemet og andre krav i EU-retten, herunder krav vedrørende kommunikationshemmeligheden.

Brugerne bør have mulighed for at styre, hvordan indkommende skidtpost skal håndteres, alt efter den enkeltes behov. Leverandører af filtreringsprogrammer må tage hensyn til de følger, som "falske positiv- og negativregistreringer" har for brugerne, visse former for indholdsbaseeret filtrering og eventuelle dertil knyttede spørgsmål om erstatningsansvar.

Filtreringsvirksomheder bør samarbejde med de berørte parter om at udvikle teknikker til at genkende elektronisk reklame, der opfylder markedsføringspraksis, som er i overensstemmelse med EU-retten, herunder "websegl", mærkning m.v.

Leverandører af e-post-tjenester (og i relevante tilfælde af mobiltjenester) bør tilbyde deres kunder filtreringsfaciliteter eller -tjenester som en mulighed, der kan aktiveres efter anmodning, og de bør fremlægge oplysninger om tredjeparters filtreringstjenester og -produkter, der er til rådighed for slutbrugere.

Ejere af postservere bør sørge for, at deres servere er ordentligt sikret, så de ikke fungerer som "åbne relæer" (hvis ikke det er berettiget). Det samme gælder for åbne proxyservere.

5. OPLYSNING

Dette afsnit omfatter forslag til, hvad der bør gøres på områder som forebyggelse, forbrugeroplysning og indrapportering.

5.1. Baggrund

Medlemsstaterne burde have gennemført det nye tilvalgssystem for uønsket e-post i national ret senest den 31. oktober 2003. Selvom denne nye fremgangsmåde har fået en del opmærksomhed i pressen, kan der blandt markedsaktører og i befolkningen stadig herske en vis usikkerhed om, hvad "tilvalg" egentlig betyder i praksis³⁸.

Den nye fremgangsmåde bygger på, at brugerne får magten til at samtykke i eller afvise at modtage reklamehenvendelser. Men det forudsætter, at de kender grundreglerne for uønsket reklame, og ved, hvor de skal henvende sig med problemer.

Eksempel til efterfølgelse

Et par uger før de nye britiske regler til gennemførelse af direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation trådte i kraft, offentliggjorde den britiske databeskyttelsesmyndighed ('Information Commissioner') et vejledende dokument, der forklarer de nye britiske regler og indeholder et særligt afsnit om elektronisk markedsføring. Myndigheden har desuden meddelt, at forbrugerne vil kunne finde klageformularer på nettet eller rekvirere dem fra myndighedens kontorer, når reglerne er trådt i kraft. Af disse formularer vil det fremgå, hvilke oplysninger der sandsynligvis er brug for i forbindelse med klager³⁹.

Det er også nødvendigt, at brugerne forstår, hvilken risiko der er ved at videregive personoplysninger via internet (f.eks. når de besøger websteder, Usenet), og at de indretter deres brug af nettet derefter.

Endelig har de brug for at vide, hvilken filtreringssoftware der er på markedet, og hvad tjeneste- og softwareudbydere (f.eks. internetudbydere, e-postudbydere) kan gøre for brugerne.

Eksempel til efterfølgelse

Den franske databeskyttelsesmyndighed, 'Commission National Informatique et Libertés' ('CNIL'), har lagt en større informationspakke om forskellige aspekter af skidtpost ud på sit websted. Pakken indeholder resultaterne af myndighedens e-brevkasseforsøg og de sager, der er indbragt for domstolene (se nedenfor), grundlæggende vejledning om forebyggelse mod skidtpost, oplysninger om, hvordan man indrapporterer skidtpost, henvisninger til brugerorganisationer, der er aktive på dette område, mv.

Der er gennemført eller planlagt oplysningsaktiviteter om den nye tilvalgsordning i de fleste medlemsstater, men der er stor variation med hensyn til tidsplan, hvilken type oplysninger der formidles, målgrupper og involverede parter. Visse medlemsstater venter med oplysningskampagner, til deres lovgivning er på plads. Hvor der har været afholdt offentlige høringer om gennemførelsen af direktiv 2002/58/EF, har dette medvirket til at skabe en vis opmærksomhed om emnet.

³⁸ Baggrundsinformationer om de regler, der gælder for uønskede elektroniske henvendelser i henhold til direktiv 2002/58/EF kan findes på følgende URL-adresse:
http://europa.eu.int/information_society/topics/ecom/all_about/todays_framework/privacy_protection/index_en.htm#unsolicited

³⁹ Se:
http://www.dti.gov.uk/industries/ecomunications/directive_on_privacy_electronic_communications_200258ec.html#guidance

Ansvar for disse aktiviteter kan være fordelt på forskellige myndigheder (f.eks. databeskyttelsesmyndigheder, nationale tilsynsmyndigheder, forbrugerbeskyttelsesmyndigheder, ombudsmand), alt afhængigt af disses respektive beføjelser. Det er (endnu) ikke alle medlemsstater, der sørger for koordinering mellem de forskellige kompetente myndigheder. I nogle medlemsstater er der tilsyneladende også ministerier involveret i aktiviteterne. Erhvervsorganisationer inddrages ofte i indsatsen, og somme tider deltager også forbruger- og brugerorganisationer.

Visse dele af erhvervslivet har også gennemført oplysningsaktiviteter på nationalt, EU- eller verdensplan, men også her kan der være store forskelle mellem aktiviteterne. Disse omfatter:

- praktiske vejledninger til firmaer, der udsender direkte reklame, eller kampagner, der specielt er rettet mod kommunikationssektoren
- generel vejledning til kunderne om branchetiske regler, klageordninger og filtrering
- diskussionsfora/arbejdsgrupper, der har til formål at udvikle eksempler til efterfølgelse, hvad angår elektroniske reklamehenvendelser.

5.2. Forslag til foranstaltninger

For at skabe en klar bevidsthed om de nye regler for elektroniske reklamehenvendelser er der på kort sigt behov for en bred og vedholdende indsats vedrørende både forebyggelse og håndhævelse i alle medlemsstaterne. Der bør formidles praktiske oplysninger om forebyggelse og acceptabel markedsføringspraksis samt om, hvilke tekniske og retlige midler, der er til rådighed for brugerne.

Alle parter, fra medlemsstater og kompetente myndigheder over erhvervslivet til forbruger- og/eller brugerorganisationer, opfordres til at medvirke i oplysningsaktiviteter. Medlemsstater og kompetente myndigheder, der ikke allerede har lanceret eller støttet oplysningskampagner, opfordres til at gøre dette i starten af 2004.

Med hensyn til, hvilken type oplysninger der formidles, bør aktiviteter rettet mod virksomheder og/eller forbrugere omfatte:

- oplysninger, der giver virksomheder og forbrugere en grundlæggende, men udbredt forståelse af de nye regler og deres rettigheder ifølge disse regler
- praktiske oplysninger om acceptabel markedsføringspraksis i overensstemmelse med tilvalgsordningen, herunder tydeliggørelse af reglerne for indsamling af personoplysninger
- praktiske oplysninger til forbrugerne om, hvordan de undgår skidtpost (f.eks. ved at undlade at opgive personoplysninger mv.)
- praktiske oplysninger til forbrugerne om, hvilke produkter og tjenesteydelser der kan hjælpe dem til at undgå skidtpost (f.eks. filtrering, sikkerhedsløsninger)
- oplysninger om, hvilke praktiske skridt brugere bør tage, når de konfronteres med skidtpost, herunder oplysninger om eventuelle klageordninger og alternative tvistbilægningssystemer.

Disse foranstaltninger bør nå ud til følgende målgrupper:

- a) virksomheder, der er involveret i eller gør brug af direkte markedsføring
- b) forbrugere, der abonnerer på e-posttjenester, herunder sms-tjenester, og
- c) e-postudbydere, herunder leverandører af

Programmet for et sikrere internet og dets relevans for skidtpost

Som led i programmet ”Safer Internet” har Kommissionen offentliggjort en indkaldelse af forslag til projekter om bekæmpelse af skidtpost under forskellige aktionslinjer, bl.a. oplysning. De projekter, der udvælges i forbindelse med den første evalueringsrunde under denne indkaldelse, vil muligvis kunne starte i maj 2004.

Kommissionen er i færd med at udarbejde et forslag til opfølgning af dette program, ”Safer Internet plus”, der skal yde støtte til videre tiltag til bekæmpelse af ulovligt og skadeligt indhold samt uønsket indhold såsom skidtpost.

http://www.europa.eu.int/information_society/programmes/iap/call/index_en.htm

mobiltjenester.

Oplysningsaktiviteterne bør gennemføres via forskellige kanaler (ikke kun web-baserede), så man i praksis når ud til de forskellige målgrupper. I den forbindelse er det vigtigt at inddrage erhvervs- og forbrugerorganisationer. Det bør sikres, at de forskellige mulige initiativer koordineres.

De ovennævnte foranstaltninger bør også henvises til effektive brancheetiske regler, klageordninger, mærkningsordninger (f.eks. "tillidsmærker") og certificeringsordninger, hvor sådanne findes.

Kommissionens tjenestegrene har allerede offentliggjort oplysninger om de grundlæggende principper for tilvalgsordningen på Europa-webstedet⁴⁰. Webstedet vil desuden indeholde henvisninger med hyperlinks til oplysninger om gennemførelsen i medlemsstaterne samt til grundlæggende tal og tendenser vedrørende skidtpost, hvor sådanne foreligger. Kommissionens tjenestegrene vil endvidere gøre brug af EuroInfo-centrene til at formidle oplysninger om de nye regler.

KONKLUSION

Skidtpost er en af de største udfordringer, som internettet står over for i dag. For at bekæmpe skidtpost må der gribes ind på forskellige fronter, der ikke blot omfatter effektiv håndhævelse og internationalt samarbejde, men også tiltag fra erhvervslivets side i form af selvregulering og tekniske løsninger, samt forbrugeroplysning. Den serie af tiltag, der foreslås i nærværende meddelelse, er sammenfattet i nedenstående oversigt.

Kommissionen vil yde størst mulig støtte til disse tiltag, men det er først og fremmest EU-medlemsstaterne og de kompetente myndigheder, erhvervslivet samt forbrugerne og brugerne af internettet og de elektroniske kommunikationstjenester, der må gøre en indsats, både på nationalt og internationalt plan.

De foreslåede tiltag nyder bred opbakning blandt de berørte parter, og hvis de gennemføres sideløbende og i indbyrdes sammenhæng, kan det medvirke til at nedbringe omfanget af skidtpost betydeligt. Derved undgår vi, at skidtpost ødelægger de fordele, som e-post og andre former for elektronisk kommunikation kan udgøre for vores samfund og vores økonomier.

Kommissionen vil overvåge gennemførelsen af disse tiltag i 2004, blandt andet via den uformelle gruppe om uønskede reklamehenvendelser. Senest ved udgangen af 2004 vil den vurdere, om der er behov for yderligere eller korrigerende indgreb.

⁴⁰ http://europa.eu.int/information_society/topics/ecom/highlights/current_spotlights/spam/index_en.htm

OVERSIGT OVER DE FORANSTALTNINGER, DER PEGES PÅ I MEDDELELSEN

Nedenstående oversigt sammenfatter de tiltag, der peges på i meddelelsen. De tiltag, der skal gennemføres af Kommissionen eller dens tjenestegrene, er opført særskilt, men som allerede nævnt hænger tiltagene sammen på forskellige måder og bør i videst muligt omfang gennemføres sideløbende og i indbyrdes sammenhæng.

I - Effektiv gennemførelse og myndighedshåndhævelse i medlemsstaterne

Som en forudsætning bør medlemsstaterne omgående gennemføre direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation, særlig bestemmelserne om uønskede elektroniske henvendelser.

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder bør vurdere effektiviteten af deres håndhævelsesmidler i form af retsmidler og sanktioner for overtrædelser, klagesystemer, samarbejde inden for EU og med tredjelande samt overvågning. Medlemsstaterne bør også udarbejde nationale strategier for at sikre samarbejde mellem databeskyttelsesmyndigheder, forbrugerbeskyttelsesmyndigheder og de nationale tilsynsmyndigheder for elektronisk kommunikation, således at overlapninger og dobbeltarbejde mellem disse myndigheder undgås.

Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder bør navnlig:

a) Effektive retsmidler og sanktioner

- give ofrene passende muligheder for at forlange erstatning og indføre reelle sanktioner, herunder økonomiske og strafferetlige sanktioner, hvor det er relevant
- overveje at indføre administrative retsmidler i medlemsstater, der ikke har sådanne, for at håndhæve reglerne
- udstyre de kompetente myndigheder med de nødvendige efterforsknings- og håndhævelsesbeføjelser.

b) Klagesystemer

- oprette tilstrækkelige klageordninger, herunder særlige elektroniske brevkasser, som brugerne kan indsende klager til
- koordinere de forskellige involverede nationale myndigheders indsats.

c) Klager på tværs af grænserne og samarbejde om håndhævelse uden for EU

- anvende en eksisterende, eller om nødvendigt oprette en ny, forbindelsesinstans, der kan sætte de nationale myndigheder i stand til at samarbejde om håndhævelse på tværs af grænserne i EU (gennem informationsudveksling, gensidig bistand). I denne forbindelse og navnlig hvad angår bedragerisk og vildledende skidtpost, opfordres Rådet og Parlamentet til hurtigst muligt at enes om forslaget til forordning om forbrugerbeskyttelsessamarbejde, og overveje, om denne forordnings anvendelsesområde bør udvides til at omfatte direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation.

d) Samarbejde med tredjelande

- deltage aktivt i multilaterale fora (f.eks. OECD) om at udarbejde internationale løsninger
- indlede bilateralt samarbejde med tredjelande eller styrke eksisterende samarbejde
- i samarbejde med Kommissionen undersøge, hvilke specifikke initiativer der kan tages for at fremme internationalt samarbejde
- samarbejde med den private sektor om at spore afsendere af skidtpost, under iagttagelse af de nødvendige retsgarantier.

e) Overvågning

- sikre, at de er i besiddelse af de oplysninger og statistikker, de har brug for til at målrette deres indsats for håndhævelse; hvor det er relevant, bør dette ske i samarbejde med erhvervslivet og under hensyntagen til OECD's igangværende arbejde med at måle skidtpostens omfang.

II - Selvregulering og tekniske foranstaltninger i erhvervslivet

Markedsaktørerne (f.eks. internetudbydere, e-postudbydere, mobiloperatører, softwarevirksomheder, firmaer, der udsender direkte reklame) bør stræbe efter at gøre tilvalgssystemet til daglig praksis, i samarbejde med forbruger/brugerorganisationer og de kompetente myndigheder, hvor det er relevant, og navnlig:

a) Selvregulering

- vurdere, og om nødvendigt tilpasse, tjenesteudbyderes (internetudbyderes, e-postudbyderes, mobiloperatørers) aftalepraksis over for abonnenter og forretningspartnere; levere oplysninger om filtrering og eventuelt tilbyde kunderne filtreringsprogrammer eller -tjenester som en valgfri kundeservice
- tilpasse direkte markedsføringspraksis til tilvalgsordningen og eventuelt vedtage bestemte, lovmedholdelige metoder for indsamling af personoplysninger (f.eks. systemer med "dobbelt" eller "bekræftet" tilvalg).
- udforme og formidle effektive brancheetiske regler (f.eks. FEDMA-initiativet), der er i overensstemmelse med tilvalgsreglerne, i samarbejde med Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse eller de kompetente nationale myndigheder, hvor det er relevant
- overveje mærkning af e-post og brugerdata, der overholder tilvalgsreglerne, for at gøre det lettere for brugere (og filtre) at genkende disse, i overensstemmelse med direktivet om elektronisk handel
- som led i selvregulering anvende eller om nødvendigt oprette effektive klagesystemer og alternative tvistbilæggelsesordninger, så vidt muligt på grundlag af eksisterende initiativer (f.eks. EEJ-NET).

b) Tekniske foranstaltninger

- (Leverandører af filtreringsprogrammer) skal sikre, at deres filtreringssystemer er forenelige med tilvalgssystemet og andre krav i EU-retten, herunder krav vedrørende kommunikationshæmmeligheden. Medlemsstaterne og de kompetente myndigheder opfordres til at afklare de retlige vilkår, som i deres lande gælder for brug af forskellige typer filtreringsprogrammer, herunder hvilke krav der stilles til beskyttelse af privatlivets fred.
- (Leverandører af filtreringsprogrammer) må tage hensyn til de følger, som "falske positiv- og negativregistreringer" har for brugerne, visse former for indholdsbaseeret filtrering og eventuelle dertil knyttede spørgsmål om erstatningsansvar. Brugere bør have mulighed for at styre, hvordan indkommende skidtpost skal håndteres, alt efter den enkeltes behov.
- (Leverandører af filtreringsprogrammer) bør samarbejde med de berørte parter om at udvikle teknikker til at genkende elektronisk reklame, der opfylder markedsføringspraksis, som er i overensstemmelse med EU-retten, f.eks. mærkning.
- (Leverandører af e-post-tjenester og, hvor det er relevant, af mobiltjenester) bør tilbyde deres kunder filtreringsfaciliteter eller -tjenester som en mulighed, der kan aktiveres efter anmodning, og de bør fremlægge oplysninger om tredjeparters filtreringstjenester og -produkter, der er til rådighed for slutbrugere.
- (Ejere af postservere) bør sørge for, at deres servere er ordentligt sikret, så de ikke fungerer som "åbne relæer" (hvis ikke det er berettiget). Det samme gælder for åbne proxyservere.

III - Oplysningstiltag fra medlemsstaternes, erhvervslivets og forbruger/brugerorganisationernes side

Medlemsstater og kompetente myndigheder, der ikke allerede har lanceret eller støttet oplysningskampagner, opfordres til at gøre dette i starten af 2004.

Alle parter, fra medlemsstater og kompetente myndigheder over erhvervslivet til forbruger- og/eller brugerorganisationer, bør deltage aktivt i praktiske oplysningskampagner om forebyggelse, acceptabel markedsføringspraksis og de tekniske og retlige midler, der er til rådighed for brugerne, og navnlig:

- målrettede tiltagene mod a) virksomheder, der er involveret i eller gør brug af direkte markedsføring, b) forbrugere, der abonnerer på e-posttjenester, herunder sms-tjenester, og c) e-postudbydere, herunder leverandører af mobiltjenester.

- give virksomheder og/eller forbrugere:

- en grundlæggende, men udbredt forståelse af de nye regler og deres rettigheder ifølge disse regler

- praktiske oplysninger om acceptabel markedsføringspraksis i overensstemmelse med tilvalgsordningen, herunder tydeliggørelse af reglerne for indsamling af personoplysninger

- praktiske oplysninger til forbrugerne om, hvordan de undgår skidtpost (f.eks. ved at undlade at opgive personoplysninger mv.)

- praktiske oplysninger til forbrugerne om, hvilke produkter og tjenesteydelser der kan hjælpe dem til at undgå skidtpost (f.eks. filtrering, sikkerhed)

- oplysninger om, hvilke praktiske skridt brugere bør tage, når de konfronteres med skidtpost, herunder oplysninger om eventuelle klageordninger og alternative tvistbilægningssystemer

- henviser til effektive branchetiske regler, klageordninger, mærkningsordninger (f.eks. "tillidsmærker") og certificeringsordninger, hvor sådanne findes

- gennemføre disse oplysningsaktiviteter via forskellige kanaler, både elektroniske og andre, så man i praksis når ud til de forskellige målgrupper.

I den forbindelse er det vigtigt at inddrage erhvervs- og forbrugerorganisationer. Det bør sikres, at de forskellige mulige initiativer koordineres.

IV - Tiltag, der gennemføres af Kommissionen eller dens tjenestegrene

Kommissionen vil overvåge gennemførelsen af de ovennævnte tiltag i 2004, blandt andet via den uformelle gruppe om uønskede reklamehenvendelser. Senest ved udgangen af 2004 vil den vurdere, om der er behov for yderligere eller korrigerende indgreb.

Kommissionen vil naturligvis fortsat overvåge gennemførelsen af direktivet nøje. Den vil navnlig undersøge, om de nationale gennemførelsesforanstaltninger omfatter reelle sanktioner mod markedsaktørers overtrædelse af kravene, herunder økonomiske og strafferetlige sanktioner, hvor det er relevant. (Kommissionen har indledt overtrædelsesprocedurer i november 2003 mod en række medlemsstater, der ikke har meddelt nationale gennemførelsesforanstaltninger til Kommissionen.) Kommissionens tjenestegrene er om fornødent rede til at bistå medlemsstaterne.

Med støtte fra medlemsstater og databeskyttelsesmyndigheder har Kommissionen oprettet en uformel onlinegruppe om uønskede reklamehenvendelser. Denne gruppe skal fremme indsatsen for effektiv håndhævelse (f.eks. klager, retsmidler, sanktioner, internationalt samarbejde) og de øvrige tiltag, der foreslås i denne meddelelse).

Kommissionens tjenestegrene vil bede Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse udtale sig hurtigst muligt om visse af de begreber, der anvendes i direktivet om databeskyttelse inden for elektronisk kommunikation, for at medvirke til en ensartet anvendelse af de nationale gennemførelsesforanstaltninger til direktivet.

Kommissionens tjenestegrene er sammen med medlemsstaterne og de nationale håndhævelsesmyndigheder begyndt at undersøge, hvordan man bedst kan sikre håndhævelse på tværs af grænserne inden for EU og med tredjelande. Dette samarbejde med de nationale myndigheder vil fortsætte i løbet af 2004.

Kommissionen vil støtte udarbejdelse af europadækkende online-adfærdskodekser for direkte markedsføring, og om relevant tilskynde til, at adfærdskodekserne godkendes af Artikel 29-gruppen vedrørende Databeskyttelse.

Kommissionens vil være vært for en OECD-workshop om skidtpost i 2004 og vil drøfte opfølgende tiltag med medlemsstaterne, herunder også OECD's arbejde for at fremme effektiv lovgivning på internationalt plan, oplysning, tekniske løsninger, selvregulering og internationalt samarbejde om håndhævelse.

Kommissionen vil også undersøge, hvordan man i EU bedst kan følge op på resultaterne af 2003-verdenstopmødet om informationssamfundet, under hensyntagen til det topmøde, der skal holdes i Tunis i 2005.

Som led i programmet for et sikrere internet, "Safer Internet", har Kommissionen offentliggjort en indkaldelse af forslag til projekter om bekæmpelse af skidtpost under forskellige aktionslinjer, bl.a. oplysning. I øjeblikket er Kommissionen i færd med at udarbejde et forslag til opfølgning af dette program, "Safer Internet *plus*", der skal yde støtte til videre tiltag til bekæmpelse af blandt andet skidtpost.

Kommissionens tjenestegrene vil forsætte med at stille oplysninger til rådighed om de grundlæggende principper for tilvalgsordningen på Europa-webstedet. Webstedet vil desuden indeholde henvisninger med hyperlinks til oplysninger om gennemførelsen i medlemsstaterne samt til grundlæggende tal og tendenser vedrørende skidtpost, hvor sådanne foreligger. Kommissionens tjenestegrene vil endvidere gøre brug af EuroInfo-centrene til at formidle oplysninger om de nye regler.