

Kulturministeriet
Att: jubr@kum.dk og vrn@kum.dk
Nybrogade 2
1203 København K

Den 29. september 2026

Høring over udkast til forslag til lov om medieombudsmanden

Dansk Erhverv vil indledningsvist gerne takke for muligheden for at afgive høringssvar til forslag til lov om medieombudsmanden, der udmønter den politiske aftale af den 9. december 2025 om opdatering af medieansvarssystemet i en digital medievirkelighed.

Generelle bemærkninger

Dansk Erhverv støtter lovforslagets overordnede formål om at styrke beskyttelsen af borgere i en digital medievirkelighed, hvor nyhedslignende indhold i stigende grad formidles af andre aktører end de traditionelle massemedier. Det er vigtigt at understøtte ansvarlighed i medieoffentligheden og borgernes adgang til troværdig og faktuel information.

Dansk Erhverv ser på den baggrund overordnet positivt på hovedlinjerne i det reviderede lovforslag og finder det positivt, at der på flere punkter er skabt større klarhed om den foreslåede ordning. Det gælder blandt andet, at det nærmere indhold af ansvarsnormen ”god offentliggørelsesskik” foreslås fastsat i en bekendtgørelse, samt at afgrænsningen af medieombudsmandens kompetencer over for traditionelle massemedier er blevet tydeliggjort.

Dansk Erhverv lægger samtidig vægt på, at den nye ordning indrettes med respekt for det eksisterende medieansvarssystem. De traditionelle massemedier er allerede underlagt medieansvarsloven og Pressenævnets kompetence, og Dansk Erhverv finder det derfor positivt, at det reviderede lovforslag ikke giver medieombudsmanden adgang til at føre retssager mod traditionelle medier.

Dansk Erhverv finder samtidig, at der fortsat er væsentlige forhold i det reviderede udkast, som bør ændres eller præciseres, inden lovforslaget fremsættes for Folketinget. Det er afgørende, at den nye regulering er klar, proportional og forudsigelig. Det gælder ikke mindst afgrænsningen af, hvilke alternative medieaktører der omfattes, indholdet af den nye ansvarsnorm og placeringen af ansvaret mellem de involverede aktører. Reguleringen omfatter både større professionelle aktører, mindre erhvervsdrivende, organisationer og enkeltpersoner, hvilket efter Dansk Erhvervs opfattelse skærper behovet for tydelige og praktisk anvendelige regler.

Specifikke bemærkninger

Lovforslagets §1 - formålsbestemmelsen

Det følger af § 1, at medieombudsmanden har til formål at fremme "almindelig redelighed" i mediebilledet. Dansk Erhverv finder, at det fortsat er uklart, hvad der nærmere skal forstås ved "almindelig redelighed", og hvordan begrebet forholder sig til den gældende ansvarsnorm om "god presseskik" for massemedierne.

Denne uklarhed kommer bl.a. til udtryk i lovudkastet pkt. 3.3.3.1 på side 34, hvor det fremgår, at medieombudsmanden på baggrund af Pressenævnets afgørelser vil kunne tilkendegive sin mening om, hvorvidt retningslinjerne for god presseskik afspejler almindelig redelighed. Dansk Erhverv finder, at formuleringen skaber en risiko for, at der opstår en ny ansvarsnorm for massemedierne ved siden af eller ud over "god presseskik" og dermed usikkerhed om, hvilke retningslinjer medierne skal overholde.

Det fremgår samtidig af bemærkningerne på side 77, at Pressenævnet ikke skal tage stilling til, om en offentliggørelse er i strid med "almindelig redelighed". Dansk Erhverv finder tilsvarende, at Medieombudsmanden ikke bør have kompetence til at tage stilling til "god presseskik", idet denne kompetence ligger hos Pressenævnet. Det bør derfor tydeliggøres i bemærkningerne, at massemedierne ikke er underlagt en ny ansvarsnorm ud over "god presseskik".

Lovforslagets § 2 – Udpegningsorganets sammensætning

Dansk Erhverv bemærker, at der i det foreslåede udpegningsorgan ikke indgår en repræsentant fra de landsdækkende public service-medier. Da public service-aktører spiller en central rolle i det danske medie billede og vil kunne blive berørt af medieombudsmandens virksomhed, bør det efter Dansk Erhvervs opfattelse overvejes at tilføje en repræsentant fra public service til udpegningsorganet for at sikre bred og afbalanceret repræsentation.

Dansk Erhverv bemærker ligeledes, at erhvervslivet ikke er repræsenteret i det foreslåede udpegningsorgan. Det bør derfor overvejes at tilføje en eller flere repræsentanter fra f.eks. relevante erhvervsorganisationer, så der også sikres indsigt i den teknologiske udvikling på området.

Lovforslagets § 9 – god offentliggørelsesskik

Dansk Erhverv finder det positivt, at det nærmere indhold af ansvarsnormen om god offentliggørelsesskik foreslås fastsat skriftligt i en bekendtgørelse og ikke alene udvikles gennem

praksis. Det vil give de omfattede aktører et tydeligere grundlag for at orientere sig om normens indhold og rækkevidde.

Det er samtidig væsentligt, at reglerne udformes klart og forudsigeligt, så aktørerne på forhånd kan vurdere, hvilke krav der gælder.

Lovforslagets § 11 – medieombudsmandens kompetence overfor alternative medieaktører

Af bemærkningerne til § 11 fremgår det, at medieombudsmandens kompetence omfatter nyhedsformidling og anden formidling af faktuel karakter, mens meningstilkendegivelser og andet holdningsbåret indhold som udgangspunkt ikke er omfattet. Dansk Erhverv finder det væsentligt, at denne grænse er så klar som muligt, da sondringen i praksis kan være vanskelig at foretage, navnlig hvor faktuelle oplysninger og holdninger indgår i samme offentliggørelse. Hertil kan der f.eks. opstå spørgsmål om de nye regler for politisk reklame, herunder om indhold, der er markeret efter forordning (EU) 2024/900, vil falde uden for medieombudsmandens kompetence?

Efter § 11, stk. 2, kan medieombudsmanden få kompetence over for øvrige alternative medieaktører, når indholdet er af alvorlig eller principiel karakter og er "nået bredt ud". Dansk Erhverv finder, at det bør præciseres nærmere, hvordan kriterierne skal anvendes i praksis, herunder særligt hvad der skal forstås ved, at indhold er "nået bredt ud". Af bemærkningerne fremgår det, at der blandt andet kan lægges vægt på, om indholdet har skabt stor debat, om afsenderen er en kendt person, og om afsenderen har annonceindtægter. Det efterlader efter Dansk Erhvervs opfattelse et betydeligt fortolkningsrum. Der bør opstilles tydeligere kriterier for, hvornår indhold kan anses for at være "nået bredt ud", så reglernes anvendelsesområde bliver mere forudsigeligt for de omfattede aktører.

Det foreslås i § 11, stk. 3, at kulturministeren fastsætter nærmere regler om afgrænsningen af "større alternative medieaktører". Dansk Erhverv bemærker, at definitionen af denne gruppe fortsat er uklar. Af bemærkningerne fremgår det, at grænsen f.eks. kan fastsættes til 15.000 følgere, abonnenter eller lignende. Tærsklen fremgår således ikke af selve lovteksten, men vil kunne fastsættes og justeres af Kulturministeren. Det fremgår samtidig, at der, i det omfang det teknisk er muligt, kan lægges vægt på andre mål for rækkevidde, herunder antal visninger, klik og afspilninger.

Dansk Erhverv bemærker, at en tærskel på f.eks. 15.000 følgere i en digital og fragmenteret medievirkelighed fremstår relativt lav og kan indebære, at en bred kreds af aktører omfattes herunder f.eks. kunstnere og mindre iværksættere, som ikke reelt udøver alternativ medievirksomhed. En afgrænsning, der primært baseres på rækkevidde, tager ikke i tilstrækkelig grad højde for kontekst, indholdets karakter eller den faktiske samfundsmæssige påvirkning og kan dermed fremstå vilkårlig.

Det bør samtidig være klart, i hvilket omfang organisationer, foreninger og andre juridiske personer, hvis primære formål ikke er at drive medievirksomhed, er omfattet af reglerne.

Dansk Erhverv anerkender behovet for en vis fleksibilitet i reguleringen, herunder at tærskler og kriterier kan justeres i takt med den teknologiske og samfundsmæssige udvikling. Når den konkrete afgrænsning ikke fremgår af loven, er det imidlertid desto vigtigere for retssikkerheden og forudsigeligheden, at de bærende kriterier og principper fastlægges tydeligt i lovbemærkningerne og det lovforberedende materiale. Herved kan der skabes større klarhed om reguleringens rækkevidde, samtidig med at den nødvendige fleksibilitet i den administrative udmøntning bevares.

Dansk Erhverv finder desuden, at det bør fremgå tydeligt, hvordan ansvaret placeres i situationer, hvor indhold produceres og offentliggøres i et samarbejde mellem flere selvstændige aktører, f.eks. en virksomhed, et bureau og en medvirkende profil. Det er væsentligt, at de involverede aktører på forhånd kan identificere, hvem der anses som den alternative medieaktør og dermed er ansvarssubjekt efter reglerne.

Tilsvarende bør det fremgå klart, at ansvaret for indhold offentliggjort af en alternativ medieaktør som udgangspunkt påhviler den aktør, der står bag og offentliggør indholdet, og ikke den digitale platform, hvor indholdet distribueres.

Det er desuden væsentligt at være opmærksom på, at reguleringen ikke alene kan omfatte professionelle medieaktører med redaktionelle og juridiske ressourcer, men også enkeltpersoner og mindre aktører uden samme ressourcer. Det skærper efter Dansk Erhvervs opfattelse kravene til klare, proportionale og forudsigelige regler.

Lovforslagets § 12 - medieombudsmandens oplysende og debatskabende rolle

Dansk Erhverv bakker op om, at medieombudsmanden skal have en oplysende rolle, men finder ikke, at medieombudsmanden samtidig bør have en debatskabende rolle. Det er væsentligt, at en ombudsmandsfunktion varetages uafhængigt og neutralt, og at rollen ikke får en mere vidtgående karakter.

Dansk Erhverv foreslår i stedet, at rollen afgrænses efter samme princip som for Forbrugerombudsmanden, der efter § 2 i bekendtgørelse om Forbrugerombudsmandens virksomhed skal orientere offentligheden om sager af almen interesse eller af betydning for forståelsen af den lovgivning, der føres tilsyn med. Medieombudsmandens rolle bør således være oplysende og baseret på konkrete sager frem for debatskabende.

Lovforslagets § 13 - indbringelse af sager for Pressenævnet

Det fremgår af lovudkastet, at medieombudsmanden kan indbringe sager om, hvorvidt en offentliggørelse i et massemedie er i strid med god presseskik. Dansk Erhverv finder, at det bør fremgå direkte af lovteksten, at denne adgang alene omfatter sager af væsentlig eller principiel betydning, da bestemmelsen ellers risikerer at få et bredere anvendelsesområde end tilsigtet.

Begrebet ”væsentlig eller principiel betydning” er ikke nærmere defineret i lovforslaget. Dansk Erhverv opfordrer derfor til, at bemærkningerne henviser til Pressenævnets notat af 28. september 2015 om egen drift, som beskriver, hvornår en sag kan anses for at være af væsentlig eller principiel betydning.

Det fremgår samtidig af bemærkningerne på side 34, at medieombudsmanden forudsættes at indbringe sager, som har væsentlig eller principiel betydning for "almindelig redelighed". Dansk Erhverv finder det uhensigtsmæssigt, at "almindelig redelighed" anvendes som kriterium i denne sammenhæng. Det bemærkes i den forbindelse, at Medieansvarsudvalgets anbefaling alene er, at medieombudsmanden tillægges kompetence til at indbringe sager af væsentlig eller principiel betydning for Pressenævnet.

Høring af forudrettede

Det fremgår af lovforslagets almindelige bemærkninger på side 33, at Pressenævnet i sager, der indbringes af medieombudsmanden, skal indhente en udtalelse fra den forurettede, men at nævnet ikke vil kunne afvise sagen eller undlade at behandle den, selv om den forurettede modsætter sig sagens behandling.

Efter Dansk Erhvervs opfattelse bør den forurettedes ønske tillægges væsentlig betydning ved vurderingen af, om sagen skal behandles. Dansk Erhverv finder derfor, at der som udgangspunkt bør lægges vægt på den forurettedes ønske om, hvorvidt sagen skal fortsætte, også når sagen er indbragt af medieombudsmanden.

Overlap med eksisterende lovgivning

Dansk Erhverv finder, at det er afgørende, at medieombudsmandens kompetencer afgrænses klart i forhold til den eksisterende EU-regulering på området, ikke mindst i forhold til reguleringen af EU's indre marked. Der bør være tydelighed om samspillet mellem de forskellige regelsæt, så national regulering ikke fører til dobbeltregulering eller uklarhed om kompetencefordelingen mellem nationale og europæiske myndigheder, hvilket kan føre til unødigt retlig usikkerhed for de omfattede aktører. Det gør sig f.eks. gældende i forhold til de eksisterende afsenderlandsprincipper.

Dansk Erhverv finder i den forbindelse også, at afgrænsningen i bemærkningerne på side 73 af, hvornår indhold har en "særlig relation her til landet", er uklar og bør præciseres. Lovforslaget lægger blandt andet vægt på, om indholdet henvender sig særligt til danskere, personer i Danmark eller danske institutioner og virksomheder.

Det bør samtidig stå klart, hvordan dette kriterium spiller sammen med afsenderlandsprincippet, herunder hvornår indhold fra aktører etableret i andre EU-lande kan omfattes af de danske regler. Dansk Erhverv finder det vigtigt, at der ikke med et nationalt tilknytningskriterium skabes en bredere dansk kompetence end den, der følger af den eksisterende EU-regulering.

Desuden er det vigtigt, at kompetencegrænserne mellem medieombudsmanden og forbrugerombudsmanden er klare, så der ikke opstår sager, som falder mellem de to myndigheders kompetenceområder.

Sanktioner og bødeniveau

Efter lovforslagets § 32 kan medieombudsmanden udstede administrative bødeforelæg i sager om overtrædelse af § 30. Dansk Erhverv finder ikke, at medieombudsmanden bør have denne

adgang. Det indebærer, at den myndighed, der undersøger og vurderer en sag, samtidig får mulighed for at fastsætte en sanktion. Det er særligt betænkeligt på et nyt reguleringsområde, hvor der endnu ikke foreligger en fast praksis for reglernes rækkevidde eller sanktionsniveau.

Ordningen kan samtidig skabe et betydeligt pres for at acceptere en bøde frem for at få sagen prøvet ved domstolene. Dansk Erhverv finder derfor, at spørgsmål om skyld og straf som udgangspunkt bør afgøres ved domstolene.

Dansk Erhverv finder desuden, at bødeniveauet bør stå i rimeligt forhold til overtrædelsens karakter og grovhed og afspejle sanktionsniveauet på sammenlignelige områder.

Økonomiske og administrative konsekvenser

Dansk Erhverv bemærker, at det i det reviderede lovforslag nu fremgår, at medieombudsmandens kompetence til at indbringe sager for Pressenævnet forventes at medføre begrænsede *negative* økonomiske konsekvenser for Pressenævnet, som finansieres af mediebranchen.

Det bør imidlertid sikres, at eventuelle meromkostninger som følge af et øget antal sager ikke pålægges mediebranchen i et omfang, der medfører en uforholdsmæssig økonomisk belastning af de medier, der finansierer nævnet.

Lovforslagets § 33 - ikrafttræden

Dansk Erhverv bemærker, at loven efter forslaget træder i kraft den 1. januar 2027, samtidig med at der skal etableres en ny medieombudsmandsinstitution og fastsættes nærmere regler om blandt andet god offentliggørelsesskik.

Det er vigtigt, at de berørte aktører i god tid får klarhed over, om og fra hvornår de er omfattet af reglerne. Dansk Erhverv opfordrer derfor til, at Kulturministeriet overvejer en senere ikrafttrædelse.

Med venlig hilsen

Caroline Bilstrup

Politisk konsulent