



Databeskyttelsesreglerne i forbindelse med valgkampagner

Vejledning

Oktober 2022

Indhold

1.	Introduktion	3
2.	Hvornår gælder reglerne?	4
2.1	Undtagelse med hensyn til ytrings- og informationsfriheden	4
3.	Når databeskyttelsesreglerne gælder	6
3.1	Hvem har ansvaret?	6
3.1.1	Dataansvarlig, databehandler eller fælles dataansvarlig?	6
3.1.2	Hvordan fordeler rollerne sig i forbindelse med valgkampagner?	6
3.2	Indsamling og behandling af personoplysninger	9
3.2.1	Personoplysninger	9
3.2.2	Formål, proportionalitet, rigtighed og opbevaringsbegrænsning	10
3.2.3	Retligt grundlag	14
3.2.4	Særlige kategorier af personoplysninger	17
3.2.5	Oplysningspligt	21
3.2.6	Øvrige rettigheder	24
3.2.7	Indsamling af oplysninger fra tredjeparter	25
3.2.8	Indsamling af oplysninger fra offentligt tilgængelige kilder, herunder sociale medier	27
3.3	Brug af onlinetjenester og sociale medier	27
3.4	Efter en valgkampagne	31
4.	Tjekliste	32

1. Introduktion

I forbindelse med kommunalvalg, folketingsvalg og andre valg gennemføres der valgkampagner for at formidle information med de politiske partiers budskaber for at påvirke, hvordan vælgere stemmer. Det indebærer ofte, at personoplysninger indsamles og behandles. Det kan ske på forskellige måder:

- som en del af selve budskabet fx "politiker A's politik er bedre end politiker B's"
- ved udvælgelse af vælgere fra forskellige registre
- når budskabet formidles i fysisk form fx via brevpost
- når budskabet formidles gennem elektroniske kanaler
- når skræddersyede budskaber rettes til en vælger eller en gruppe vælgere gennem adfærdsbaseret annoncering på internettet og på sociale medier. Disse medier anvendes for at øge budskabets spredning og synlighed ud fra specifikke karakteristika og profilering af modtagerne. Dette betegnes som "målretnings- og forstærkningsteknikker" i denne vejledning.

I mange af disse situationer finder databeskyttelsesreglerne¹ anvendelse.

Målretnings- og forstærkningsteknikker, der anvendes til at sprede budskaber på internettet, er ofte baseret på avanceret profilering og omfattende behandling af enkeltpersoners personoplysninger. Profileringen kan være baseret på konklusioner om enkeltpersoners interesser eller andre karakteristika, som de ikke aktivt har afsløret om sig selv.

Brugen af målretnings- og forstærkningsteknikker i forbindelse med valgkampagner kan udgøre en risiko for en krænkelse af vælgernes grundlæggende rettigheder og frihedsrettigheder ved:

- at udøve utilbørlig indflydelse på vælgere, især hvis dette ikke sker på en gennemsigtig måde
- at fratage vælgere mulighed for at udøve kontrol over deres personoplysninger og deres rettigheder efter databeskyttelsesreglerne
- at gå længere end vælgernes rimelige forventning og dermed overtræde de grundlæggende principper om åbenhed

Formålet med denne vejledning er at beskrive, hvilke databeskyttelsesretlige overvejelser du som politisk aktør skal gøre dig, når du behandler personoplysninger i forbindelse med valgkampagner, især når du bruger målretnings- og forstærkningsteknikker. Vejledningen vedrører både hvordan du, der er politisk aktør, og du, der bistår politiske aktører, fx med kampagnearbejde, overholder databeskyttelsesreglerne.

Vejledningen er i vidt omfang baseret på Information Commissioner's Office's [Guidance for the use of personal data in political campaigning](#) og det svenske datatilsynsmyndigheds [Vägledning till politiska aktörer om dataskyddsreglerna i samband med valkampanjer](#).

Vejledningen er desuden baseret på praksis fra EU-Domstolen og retningslinjer fra Det Europæiske Databeskyttelsesråd, herunder retningslinjerne 2/2019 om behandling af personoplysninger på baggrund af artikel 6, stk. 1, litra b, og retningslinjerne 8/2020 om målretning af brugere af sociale medier.

¹ Databeskyttelsesreglerne bruges i denne vejledning som en samlebetegnelse for databeskyttelsesforordningen og databeskyttelsesloven.

2. Hvornår gælder reglerne?

Databeskyttelsesreglerne gælder som hovedregel for al behandling af personoplysninger. Reglerne har dermed et meget bredt anvendelsesområde, da alle oplysninger, som gør det muligt at identificere en person – direkte eller indirekte – er personoplysninger. Derudover er principielt alt, hvad der kan gøres med personoplysninger, herunder ren opbevaring, en behandling.

Når du behandler personoplysninger i forbindelse med valgkampagner, skal du overholde databeskyttelsesreglerne. Der er dog visse undtagelser. Med hensyn til valgkampagner er det især undtagelsen om ytrings- og informationsfriheden, der kan være relevant.

2.1 Undtagelse med hensyn til ytrings- og informationsfriheden

Databeskyttelsesloven, der supplerer databeskyttelsesforordningen, indeholder en specifik undtagelse med hensyn til ytrings- og informationsfriheden.

Hvis denne undtagelse gør sig gældende, gælder databeskyttelsesreglerne ikke.

Undtagelsen skal fortolkes bredt og omfatter udtalelser, der har til formål at udbrede information, meninger eller idéer til offentligheden. Undtagelsen gælder også for ikke-professionelle parter og omfatter efter Datatilsynets opfattelse også fx meningsdannere og politiske partier.

Undtagelsen omfatter også retten til at udtrykke meninger, information og tanker, der kan opfattes som chokerende eller forstyrrende.

Undtagelsen omfatter dog som udgangspunkt ikke formidling af rent private oplysninger. Grænserne for, hvad der betragtes som rent private oplysninger, varierer afhængigt af den konkrete person og kontekst (fx privatperson eller folketingsmedlem).

Formidling af et politisk budskab, der indeholder personoplysninger, kan være omfattet af undtagelsen om ytrings- og informationsfriheden.

Eksempel 1

Kandidat A offentliggør en række indlæg på sine sociale medier om, hvorfor vælgerne bør stemme på vedkommende, herunder at vedkommende går stærkt ind for at bekæmpe brugen af ulovlig udenlandsk arbejdskraft.

I indlægget omtaler kandidat A samtidig, at kandidat B og C, som begge også går stærkt ind for at bekæmpe brugen af ulovlig udenlandsk arbejdskraft, selv tidligere har gjort brug af ulovlig udenlandsk arbejdskraft.

Da oplysningerne om B og C er fremsat og offentliggjort som led i en naturlig politisk diskurs, og da oplysningerne – uanset disses private karakter – har en nær sammenhæng med B's og C's politiske virke, vil offentliggørelsen efter Datatilsynets opfattelse ikke være omfattet af databeskyttelsesreglerne.

Det skyldes, at B og C som politikere bevidst og frivilligt har valgt at deltage i det offentlige liv og må derfor acceptere, at der kan være en offentlig interesse i, at offentligheden kan få adgang til visse oplysninger om dem, som ellers ville blive anset som rent private for mennesker, der ikke deltager i det offentlige liv.

Behandling af personoplysninger inden spredningen af et politisk budskab, fx ved den profilering, der finder sted i forbindelse med brug af målretnings- og forstærkningsteknikker i udvælgelsen af, hvilke vælgere budskabet skal målrettes, er derimod omfattet af databeskyttelsesreglerne.

Eksempel 2

Valget nærmer sig, og et politisk parti ønsker at sende information om valget og sit partiprogram til vælgerne i en region. For at nå ud til så mange vælgere som muligt og begrænse omkostningerne, ønsker partiet at sende oplysningerne via SMS. Partiet indhenter derfor telefonnumre indsamlet via offentligt tilgængelige kilder og sender derefter sit partiprogram via SMS.

Aktiviteten er omfattet af databeskyttelsesreglerne, og partiet skal derfor overholde databeskyttelsesreglerne.

3. Når databeskyttelsesreglerne gælder

Hvis ingen af undtagelserne i databeskyttelsesloven er relevante, gælder databeskyttelsesreglerne for behandling af personoplysninger i forbindelse med valgkampagner.

3.1 Hvem har ansvaret?

Det er en forudsætning for at overholde databeskyttelsesreglerne, at du forstår og sætter dig ind i din rolle ved behandlingen af personoplysninger. Der gælder nemlig forskellige regler afhængigt af, om du er såkaldt dataansvarlig, fælles dataansvarlig eller databehandler.

3.1.1 Dataansvarlig, databehandler eller fælles dataansvarlig?

Du er dataansvarlig, når du udøver den overordnede kontrol over formålene og midlerne til at behandle personoplysningerne.

Hvis to eller flere dataansvarlige i fællesskab bestemmer formålene og midlerne til at behandle de samme personoplysninger, er de fælles dataansvarlige. De er dog ikke fælles dataansvarlige, hvis de behandler de samme oplysninger til forskellige formål.

Størstedelen af forpligtelserne efter databeskyttelsesreglerne påhviler den dataansvarlige. De skal overholde databeskyttelsesreglerne og skal kunne påvise dette. De er også ansvarlige for, at behandling af personoplysninger, som de instruerer en databehandler i at foretage, overholder reglerne.

Databehandlere handler på vegne af – og efter instruks fra – den dataansvarlige.

Der påhviler ikke databehandlere tilsvarende forpligtelser som den dataansvarlige. Dog skal databehandlere selvstændigt sikre sig at overholde visse regler. Det gælder bl.a. regler om behandlingssikkerhed og underretning om brud på persondatasikkerheden.

Det er i øvrigt almindeligvis ikke en bestemt person i organisationen, der er den dataansvarlige, fælles dataansvarlige eller databehandleren. Det er derimod organisationen som helhed.

For nærmere om dataansvarlige og databehandlere henviser Datatilsynet til sin vejledning herom, som kan findes [her](#).

3.1.2 Hvordan fordeler rollerne sig i forbindelse med valgkampagner?

I en valgkampagne kan der være mange forskellige rollefordelinger.

Politiske partier kan være organiseret på forskellige måder med forskellige juridiske personer. Både hovedkontoret, lokalafdelingen og kandidaten kan være den dataansvarlige. Forskellige kombinationer heraf kan også være fælles dataansvarlige. Derfor kan der være forskellige dataansvarlige for de oplysninger, som behandles af et politisk parti.

De fleste politiske partier og organisationer vil almindeligvis være dataansvarlige – enten alene eller sammen med andre. Sådanne organisationer vil desuden ofte gøre brug af databehandlere.

Eksempel 3

En uafhængig kandidat i et lokalvalg har en liste med navne og adresser på mulige vælgere. Vedkommende beslutter sig for at kontakte disse mulige vælgere for at tilskynde dem til at stemme på vedkommende til valget. Vedkommende antager en virksomhed til at udarbejde henvendelsen og sende den til de mulige vælgere.

Kandidaten er den dataansvarlige. Kandidaten træffer beslutningen om at kontakte de mulige vælgere med henblik på at opfordre dem til at stemme. Tilsvarende er det kandidaten, der beslutter at antage en virksomhed til at skrive på vedkommendes vegne.

Virksomheden er databehandler, da den udelukkende handler efter instruks fra kandidaten.

Når du er den dataansvarlige, har du ansvaret for, at databeskyttelsesreglerne overholdes. Det betyder også, at du ikke må bruge andre organisationer, der ikke er i stand til at sikre, at reglerne overholdes.

Eksempel 4

Et parti overvejer at hyre et reklamebureau til at designe kampagner og tiltag. Det indebærer at betale en udbyder af et socialt medie for at målrette politisk markedsføring til bestemte vælgere. Reklamebureauet er dog ikke bekendt med databeskyttelsesreglerne og ønsker derfor ikke at indgå en databehandleraftale med partiet.

Partiet ved, at partiet i sidste ende er ansvarlig for, hvordan reklamebureauet behandler personoplysningerne og afstår derfor fra at gøre brug af reklamebureauet.

Du skal altså være klar over, hvem der er dataansvarlig for hvilke oplysninger og under hvilke omstændigheder. Der er mange måder, du kan identificere dette på, men det er ofte nyttigt at kortlægge strømmen af personoplysninger og afmærke, hvilke organisationer der er ansvarlige for hvad.

Det er herefter vigtigt at fastslå typerne af ansvar ved at overveje, hvor meget hver af jer bestemmer, hvordan, og på hvilken måde oplysningerne behandles. Hvis du konstaterer, at der er mere end én dataansvarlig, skal du også se på, om I behandler oplysningerne til sammenfaldende formål.

Når du har fastlagt dit forhold til andre organisationer og tredjeparter, skal alle involverede parter sikre sig, at de forstår deres respektive forpligtelser efter databeskyttelsesreglerne. Omfanget af forpligtelserne varierer afhængigt af, hvilken rolle der er tale om.

Hvis du eksempelvis benytter en databehandler, skal du indgå en skriftlig aftale med vedkommende. Modsat er der ikke krav om en skriftlig aftale, hvis der er tale om fælles dataansvarlige.

Endelig skal du – uanset rollefordelingen – tage højde for, at den brede befolkning ikke har særlig indsigt i de komplicerede forhold, der kan være tale om i en databeskyttelsesretlig sammenhæng. Du skal derfor overveje, hvordan eventuelle vælgere vil kontakte dig, fx med henblik på at udøve deres rettigheder, og hvordan du håndterer sådanne anmodninger.

Hvis du eksempelvis bruger målretnings- og forstærkningsteknikker til at målrette markedsføring, anses du normalt for at være fælles dataansvarlig med udbyderen af sådanne funktioner, fx sociale medier, for den behandling af personoplysninger, der sker som led i disse teknikker.

Det indebærer, at I skal etablere en såkaldt "fælles ordning". En fælles ordning betyder, at I på en gennemsigtig måde fastlægger jeres respektive ansvar for at opfylde jeres forpligtelser efter databeskyttelsesreglerne. Det skal særligt være tydeligt for de vælgere, hvem de kan henvende sig til, hvis de vil udøve deres rettigheder. I den forbindelse kan I udpege et enkelt kontaktpunkt for vælgere.

Ordnningen skal i tilstrækkelig grad afspejle jeres respektive roller og forhold til vælgere. Du skal også stille det væsentlige indhold af ordningen til rådighed for vælgere, så de ved, hvem der er ansvarlig for behandlingen af deres personoplysninger. Uanset den fælles ordning kan vælgere dog stadig udøve deres rettigheder over for hver enkelt af jer. Her bidrager ordningen til, at I hver især ved, hvem af jer der skal håndtere sådanne henvendelser fra vælgere.

Der er ikke noget krav om, at den fælles ordning skal udtrykkes i en skriftlig aftale eller lignende. Det kan dog være en god idé at fastlægge ordningen i et dokument. For at øge sikkerheden for både dig og vælgere anbefaler Datatilsynet, at de fælles dataansvarlige fastlægger

ordningen i et bindende dokument, så I kan overholde principperne om gennemsigtighed og ansvarlighed.

Eksempel 5

Et parti ønsker at målrette politisk markedsføring til vælgerne på et socialt medie via vælgerens e-mailadresser. Partiet etablerer en fælles ordning med det sociale medie, der omfatter de oplysninger, som bruges til at målrette markedsføringen til vælgerne.

Partiet skal gøre ordningen tilgængelig for vælgerne fx via et link i sin privatlivspolitik, ligesom det sociale medie kan henvise til ordningen fx i tilknytning til den enkelte reklame under overskriften "Hvorfor ser jeg denne annonce?"

Partiet skal også sørge for at informere vælgerne om, at deres e-mailadresser vil blive brugt til at målrette markedsføring til dem via sociale medier.

Eksempel 6

Vælgeren A besøger et partis hjemmeside og ser på partiets partipolitiske program, men beslutter ikke at melde sig ind i partiet. Partiet ønsker at målrette markedsføring på et socialt medie til vælgere, der har besøgt partiets hjemmeside, men uden at melde sig ind i partiet, dvs. vælgere som A.

Til dette formål har partiet indsat en såkaldt *sporingsspixel* på sin hjemmeside, der leveres af det sociale medie. En *sporingsspixel* er et plugin, som en hjemmesideejer kan integrere på sin hjemmeside. Når en vælger besøger hjemmesiden, vil vælgerens browser automatisk forbinde til det sociale medies servere og sende en række oplysninger om vælgeren til det sociale medie. På den måde kan det sociale medie typisk overvåge vedkommendes besøg på hjemmesiden. Det sker eksempelvis for at tilføje vælgeren til en bestemt reklamemålgruppe på det sociale medie.

Efter at have forladt partiets hjemmeside og besøgt det sociale medie begynder A derfor at se annoncer for partiet på det sociale medie.

Partiet og det sociale medie skal etablere en fælles ordning, der skal omfatte al behandling af personoplysninger, hvor der er fælles dataansvar. Dette omfatter alt fra indsamling af personoplysninger i forbindelse med A's besøg på partiets hjemmeside via *sporingsspixels* til visning af annoncer for A på det sociale medie. Dette omfatter også eventuelle statistikker fra den målrettede markedsføringskampagne.

Datatilsynet anerkender, at det ofte kan være kompliceret at fastslå, om du optræder som dataansvarlig, fælles dataansvarlig eller databehandler.

Nøglen er at finde ud af, hvor stor uafhængighed du har til at bestemme, hvordan og til hvilket formål oplysningerne behandles, samt hvilken grad af kontrol du har over disse faktorer.

Under visse omstændigheder, og hvor det fremgår af kontrakten, kan en databehandler have frihed til at bruge sin tekniske viden til at beslutte, hvordan vedkommende skal udføre visse aktiviteter på den dataansvarliges vegne. Databehandleren kan dog ikke tage nogen af de overordnede beslutninger, såsom hvilke typer af personoplysninger der skal indsamles, eller hvad oplysningerne skal bruges til. Disse beslutninger må kun træffes af den dataansvarlige.

Eksempel 7

Et politisk parti antager en analysevirksomhed til at udføre vælgermodellering. Partiet specificerer sit budget, og at partiet ønsker at vide, hvilke geografiske områder, der sandsynligvis vil stemme på partiet. Partiet overlader det til virksomheden at

bestemme størrelsen på stikprøverne, undersøgelsesmetoderne og hvordan resultaterne præsenteres.

Analysevirksomheden er selvstændigt dataansvarlig.

Analysevirksomheden foretager vælgermodelleringen på partiets vegne, men den afgør selv, hvilke oplysninger virksomheden indsamler, og hvordan virksomheden udfører behandlingen (undersøgelsen). Virksomheden har frihed til at bestemme bl.a. hvilke personer der skal vælges til undersøgelsen, hvilken form undersøgelsen skal have, hvilke oplysninger der skal indsamles, og hvordan resultaterne skal præsenteres. Det betyder, at analysevirksomheden er selvstændigt dataansvarlig for den behandling af personoplysninger, der er nødvendig for at gennemføre undersøgelsen.

Analysevirksomheden træffer væsentlige beslutninger om, hvordan personoplysningerne skal behandles, så i denne situation kan virksomheden ikke være databehandler på vegne af partiet.

3.2 Indsamling og behandling af personoplysninger

3.2.1 Personoplysninger

"Personoplysninger" er et bredt begreb og omfatter enhver form for information om en identificeret eller identificerbar fysisk person. I en databeskyttelsesretlig kontekst kaldes denne person "den registrerede" og i denne vejledning "vælgeren".

Der er tale om personoplysninger, når du kan identificere en bestemt person ud fra oplysningerne, eller når du ved hjælp af andre oplysninger kan identificere en bestemt person. Som eksempler på personoplysninger kan bl.a. nævnes navne, personnumre, e-mailadresser, lokalitetsdata mv.

I forbindelse med politiske valgkampagner kan det bl.a. omfatte:

- Navne og adresser
- Finansielle oplysninger
- Alder og fødselsdato
- Egenskaber, meninger og karakteristika (såvel udledte som kendte)
- Stemmetilbøjelighed

Udledte oplysninger

Definitionen på personoplysninger er ikke afgrænset til faktuelle oplysninger om en person. Holdninger, meninger og følgeslutninger er også personoplysninger, hvis personen kan identificeres – direkte eller indirekte – ud fra de pågældende oplysninger, og oplysningerne er om den pågældende.

Hvis du eksempelvis knytter udledte karakteristika eller meninger til en persons navn eller adresse, betragtes disse oplysninger som personoplysninger, uanset hvor sikker du er på, at disse udledte karakteristika er korrekte.

Eksempel 8

Et politisk parti udleder sandsynlige karakteristika for vælgere, der bor i en bestemt kommune. Partiet kombinerer disse oplysninger med navne og adresse på de vælgere, der bor i kommunen og kategoriserer de pågældende ud fra en score, der indikerer, hvor sandsynligt det er, at en bestemt vælger vil stemme på partiet.

I dette tilfælde er der tale om personoplysninger, da oplysningerne er om identificerede personer.

Eksempel 9

Et politisk parti udleder ud fra aggregerede data sandsynlige karakteristika for en gruppe af vælgere, der bor i en bestemt kommune. Partiet forsøger ikke at vurdere, hvor sandsynligt det er, at en bestemt vælger vil stemme på partiet. Derimod kategoriserer partiet hele kommunen og tildeler den en score, der indikerer sandsynligheden for støtte til partiet i den pågældende kommune.

I dette eksempel er der ikke tale om personoplysninger, da oplysningerne relaterer sig til hele kommunen, og de udledte karakteristika er baseret på aggregerede data for kommunen.

3.2.2 Formål, proportionalitet, rigtighed og opbevaringsbegrænsning

Databeskyttelsesreglerne indeholder en række grundlæggende principper, som altid skal overholdes. Det betyder, at de personoplysninger, der behandles af politiske aktører, skal:

- Behandles lovligt, rimeligt og på en gennemsigtig måde ("lovlighed, rimelighed og gennemsigtighed")
- Indsamles til udtrykkeligt angivne og legitime formål og må ikke viderebehandles på en måde, der er uforenelig med disse formål ("formålsbegrænsning")
- Være tilstrækkelige, relevante og begrænset til, hvad der er nødvendigt i forhold til de formål, hvortil de behandles ("dataminimering")
- Være korrekte og om nødvendigt ajourførte ("rigtighed")
- Opbevares på en sådan måde, at det ikke er muligt at identificere de registrerede i et længere tidsrum end det, der er nødvendigt til de formål, hvortil de pågældende personoplysninger behandles ("opbevaringsbegrænsning")
- Behandles på en måde, der sikrer tilstrækkelig sikkerhed for de pågældende personoplysninger, herunder beskyttelse mod uautoriseret eller ulovlig behandling og mod hændeligt tab, tilintetgørelse eller beskadigelse, under anvendelse af passende tekniske eller organisatoriske foranstaltninger ("integritet og fortrolighed")

Lovlighed, rimelighed og gennemsigtighed

Lovlighed betyder, at der skal være et retsgrundlag for behandlingen, og at databeskyttelsesreglerne generelt skal overholdes. Det betyder også, at behandlingen ikke må ske i strid med andre love og regler, fx straffeloven.

Rimelighed vil sige, at behandlingen af personoplysninger skal være rimelig og retfærdig i forhold til vælgeren. Behandlingen skal også stå i et rimeligt forhold til de fordele, den medfører, og må ikke stride mod vælgerens rimelige forventninger. Behandlingen skal være forståelig for vælgeren og må ikke finde sted på skjulte eller manipulerende måder.

Gennemsigtighed indebærer, at det skal være klart for vælgeren, hvordan og hvorfor deres personoplysninger behandles. De skal også underrettes om deres rettigheder, f.eks. hvordan oplysningerne kan berigtiges eller slettes. Oplysningerne skal være lette at finde og formuleret på en enkel og forståelig måde.

Eksempel 10

Et parti udarbejder en liste over brugere af sociale medier, der har 'liket' visse typer af indlæg, der indikerer, at brugerne har en vis politisk holdning. Partiet uploader listen

til et socialt medie, for at det sociale medie kan målrette politisk markedsføring fra partiet til lignende personer.

Efter Datatilsynets opfattelse er dette i strid med princippet om rimelighed, da en sådan behandling går ud over brugernes rimelige forventninger.

Gennemsigtighed er særligt vigtigt ved behandling af personoplysninger til brug for valgkampagner. Det skyldes, at du ofte ikke har nogen direkte relation til vælgerne, men indsamler oplysninger fra offentligt tilgængelige kilder og andetsteds fra. I mange tilfælde kan vælgere derfor være uvidende om, at du har indsamlet og behandler deres oplysninger, hvilket påvirker deres mulighed for at udøve deres rettigheder over deres oplysninger.

Formålsbegrænsning

Formålsbegrænsning vil sige, at personoplysninger kun må indsamles til specifikke, udtrykkelige og legitime formål. Formålet skal være fastlagt, før behandlingen påbegyndes, og være specifikt og konkret.

Det betyder i praksis, at du:

- fra start skal gøre dig klart, hvorfor du indsamler personoplysningerne, og hvad du har tænkt dig at bruge dem til
- skal specificere og dokumentere disse formål

Princippet om formålsbegrænsning betyder også, at du ikke må bruge oplysninger, som du har indsamlet til ét formål, til et andet, uforeneligt formål.

Du skal derfor foretage en såkaldt "forenelighedsvurdering", som skal tage hensyn til:

- forbindelsen mellem dit oprindelige og dit nye formål
- vælgernes rimelige forventninger baseret på den sammenhæng, hvori personoplysningerne er indsamlet
- oplysningernes art, fx om det er særlige kategorier af personoplysninger eller oplysninger om strafbare forhold, der behandles
- de mulige konsekvenser for vælgeren ved den nye behandling
- om der er etableret passende foranstaltninger som fx pseudonymisering

Eksempel 11

En lokalafdeling af et politisk parti gennemfører en underskriftsindsamling for forbedringer af offentlig transport i deres lokalområde. Lokalafdelingen indsamler navne og adresser, som skal påføres indsamlingen, inden den sendes til kommunalbestyrelsen. Lokalafdelingen oplyser de pågældende personer, at deres personoplysninger vil blive brugt til underskriftsindsamlingen.

Ved det næste folketingsvalg understøtter lokalafdelingen partiets nationale valgkampagne. Partiets hovedkontor oplyser lokalafdelingen, at de har opdaget, at borgere, som går op i offentlig transport, er mere tilbøjelige til at stemme på partiet. Lokalafdelingen benytter herefter de oplysninger, som de har indsamlet i forbindelse med underskriftsindsamlingen, til at sende personerne kampagnemateriale vedrørende folketingsvalget.

Der er ikke tale om et foreneligt formål. Sammenhængen mellem det oprindelige og det nye formål er svag og sandsynligvis ikke inden for vælgernes rimelige forventninger til, hvad deres oplysninger bruges til. Lokalafdelingen må derfor ikke bruge disse oplysninger til det nye formål, medmindre de indhenter samtykke fra de pågældende personer.

Eksempel 12

Et ungdomsparti er ude at rekruttere medlemmer på et gymnasium. Under besøget giver ungdomspartiet de studerende mulighed for at skrive sig op til at modtage opdateringer om fremtidige arrangementer via e-mail. Ungdomspartiet ønsker derefter at uploade e-mailadresserne til et socialt medie for at bruge det sociale medies målretnings- og forstærkningsteknikker til at målrette politisk markedsføring til lignende personer.

Der er ikke tale om et foreneligt formål. Der er ingen logisk sammenhæng mellem det oprindelige formål om at informere om fremtidige arrangementer og det nye formål om at målrette politiske budskaber. Derudover er det nye formål sandsynligvis ikke inden for vælgernes rimelige forventninger til, hvad deres oplysninger bruges til. Endelig kan videregivelsen af oplysningerne til det sociale medie indebære en risiko for, at oplysningerne kombineres med andre oplysninger, som platformen allerede behandler om vælgerne, og bruges til at foretage anden målrettet markedsføring over for de pågældende.

Ungdomspartiet må derfor ikke bruge disse oplysninger til det nye formål, medmindre de indhenter samtykke fra de pågældende personer.

Eksempel 13

En læge driver sin egen praksis. I den forbindelse er lægen kommet i besiddelse af sine patienters kontaktoplysninger, som lægen – da vedkommende beslutter sig for at stille op for et parti – anvender til at udsende vælgerinformation om sig selv.

Der er ikke tale om et foreneligt formål. Der er ingen logisk sammenhæng mellem det oprindelige formål, som er at kunne komme i kontakt med patienterne i en lægefaglig sammenhæng og så det at fremsende vælgerinformation. Derudover er det nye formål sandsynligvis ikke inden for de berørte patienters rimelige forventninger til, hvad deres oplysninger bruges til.

Eksempel 14

En vælger tager en faglig egnethedstest udviklet af en virksomhed. Testen omfatter en psykologisk evaluering og udbydes på et socialt medie.

Virksomheden indsamler via testen oplysninger om vælgerens uddannelse, beskæftigelsesstatus, alder, hobbyer, indlæg, e-mailadresse og kontakter. Virksomheden modtager oplysningerne via det sociale medie, hvor vælgeren har taget testen.

Formålet med testen er at forudsige, hvilken karrierevej der er bedst for en bestemt person. Uden kendskab til eller godkendelse fra det sociale medie bruger virksomheden oplysningerne til at udlede en række karakteristika for vælgeren, herunder personlighedstræk og politiske overbevisninger.

Virksomheden ønsker, at det politiske parti T skal vinde valget og beslutter derfor senere at målrette markedsføring for partiet til vælgeren ud fra de indsamlede og udledte oplysninger.

Denne brug af målretnings- og forstærkningsteknikker i strid med kravene om rimelighed, gennemsigtighed og formålsbegrænsning. Vælgeren har ikke været informeret om, at vedkommendes personoplysninger vil blive behandlet med henblik på målrettet politisk markedsføring. Derudover er denne brug af vælgerens personoplysninger ikke

forenelig med det oprindelige formål om at tilbyde en faglig egnethedstest og dermed er dermed i strid med princippet om formålsbegrænsning.

Dataminimering

Dataminimering betyder, at du ikke må behandle flere personoplysninger end det, der er tilstrækkeligt og relevant i forhold til formålet. Med andre ord må du ikke behandle flere personoplysninger, end du reelt har behov for.

For at vurdere, om du behandler den rette mængde oplysninger, skal du først gøre dig klart, hvorfor du har brug for oplysningerne. Du må ikke indsamle eller opbevare personoplysninger ud fra en svag formodning om, at oplysningerne måske kunne være nyttige i fremtiden. Du skal være i stand til at begrunde nødvendigheden af at behandle oplysningerne til dit specifikke formål.

Mængden af oplysninger kan også variere for forskellige kategorier af vælgere. Det kan fx være nødvendigt at behandle en større mængde oplysninger om partimedlemmer end om den brede befolkning.

Du skal derudover med regelmæssige mellemrum gennemgå dine behandlingsaktiviteter for at sikre dig, at de personoplysninger, du behandler, fortsat er tilstrækkelige og relevante i forhold til dit formål og slette eventuelle oplysninger, du ikke længere har brug for.

Rigtighed

Princippet om rigtighed indebærer, at de behandlede personoplysninger skal være nøjagtige og om nødvendigt ajourførte. Hvis personoplysningerne er forkerte, skal du rette eller slette dem.

Opbevaringsbegrænsning

Opbevaringsbegrænsning betyder, at du kun må opbevare personoplysninger, så længe det er nødvendigt at behandle dem af hensyn til dit formål. Når personoplysningerne ikke længere er nødvendige til formålet, skal du slette eller anonymisere dem.

For at kunne påvise at du overholder databeskyttelsesreglerne, skal du indføre procedurer for sletning af personoplysninger, fx at du sletter oplysningerne efter en vis periode, eller, hvis dette ikke er muligt, regelmæssigt kontrollerer, om oplysningerne fortsat er nødvendige.

Eksempel 15

Et politisk parti hyrer i august 2022 en ny administrationsmedarbejder, som beslutter sig for at gennemgå organisationens fællesdrev for at afklare, hvilke oplysninger partiet opbevarer om sine vælgere og potentielle vælgere. I forbindelse med sin gennemgang finder medarbejderen et regneark med vælgerundersøgelser i forbindelse med folkeafstemningen om retsforbeholdet i 2015. Regnearket indeholder oplysninger om vælgerens navne og postnumre samt holdning til det danske retsforbehold.

Ifølge partiets egen slettepolitik slettes vælgerundersøgelser tre måneder efter et eventuelt valgs afholdelse. Administrationsmedarbejderen får som forklaring på, at regnearket fortsat opbevares, oplyst, at det kan være nyttigt i tilfælde af, at der udskrives en ny folkeafstemning om retsforbeholdet.

Regnearket skal slettes. Selvom det ikke kan udelukkes, at der udskrives en ny folkeafstemning, kan det ikke begrunde en fortsat opbevaring af oplysningerne. Personoplysninger må ikke opbevares "for en sikkerheds skyld", men kun så længe det er nødvendigt af hensyn til formålet.

3.2.3 Retligt grundlag

For at kunne behandle personoplysninger skal du have et retligt grundlag for behandlingen. Der findes en række af sådanne grundlag i databeskyttelsesreglerne.

I forbindelse med valgkampagner er det i praksis primært to grundlag, der er relevante, og som kan danne baggrund for indsamling og behandling af personoplysninger. Det kan enten ske på baggrund af et samtykke fra vælgeren, eller fordi du forfølger en berettiget interesse. I sidstnævnte tilfælde er det et yderligere krav, at vælgerens interesser ikke går forud for dine.

Der er ingen af de to grundlag, der altid vil være bedst. Du bør derfor fra gang til gang vurdere, hvilket – om nogen – af de to grundlag, der er mest passende. Hvis ingen af grundlagene kan bruges, kan du ikke behandle personoplysningerne.

Som hovedregel kan du med fordel overveje, om du har en berettiget interesse i at behandle personoplysninger og afveje denne interesse over for vælgerens interesser. Hvis du behandler personoplysninger, fordi du forfølger en legitim interesse, bør du ikke indhente et samtykke.

Interesseafvejning

Når du skal vurdere, om behandlingen kan ske på grundlag af en interessevejning, dvs. uden vælgerens samtykke, skal du kunne påvise, at du har en eller flere legitime interesser i at behandle oplysningerne.

Konkret skal du foretage en vurdering i tre trin og dokumentere resultatet af denne vurdering. Du skal:

- Identificere en legitim interesse, fx din egen eller en tredjeparts interesse i at deltage i det demokratiske arbejde
- vise, at det er nødvendigt at behandle de pågældende personoplysninger for at forfølge denne interesse, og
- afveje din eller tredjemands interesse over for vælgerens interesser og rettigheder. Hvis vælgerne ikke med rimelighed kan forvente, at deres oplysninger behandles, eller hvis behandlingen vil medføre urimelig skade, går deres interesser sandsynligvis forud for dine.

For at en interesse kan anses for legitim, må interessen ikke stride mod regler eller generelle samfundsnormer.

Eksempel 16

Et parti har en interesse i at bruge målretnings- og forstærkningsteknikker på et socialt medie for at tilskynde vælgere af en bestemt etnicitet, som typisk ikke stemmer på partiet, til at undlade at stemme ved valget.

Diskrimination på baggrund af etnicitet kan aldrig anses som en legitim interesse og danne grundlag for behandling af personoplysninger.

Interessen skal endvidere være en reel interesse på tidspunktet for behandlingen, dvs. interessen må ikke være hypotetisk.

Eksempel 17

Et ungdomsparti udarbejder en liste over alle brugere på et socialt medie, som har 'liket' partiets opslag og sender listen til "moderpartiet". Ungdomspartiet gør dette ud fra en antagelse om moderpartiets mulige interesse i at kunne målrette politisk markedsføring om partiets kandidater til brugerne.

Der er ikke tale om en reel interesse, men derimod en hypotetisk interesse. Det skyldes, at det er uvist, om 'moderpartiet' skal bruge oplysningerne eller i øvrigt ønsker at målrette politisk markedsføring om partiets kandidater.

Derudover skal behandlingen af personoplysninger være nødvendig for at forfølge den legitime interesse. En behandling er nødvendig, når de interesser, som behandlingen har til formål at forfølge, ikke med rimelighed kan opnås ved mindre indgribende midler i forhold til vælgerne.

Eksempel 18

Et parti holder torvemøde, hvor partiets kandidater taler. Der tages billeder af talerne i forbindelse med mødet. På pladsen i baggrunden ses forbipasserende personer, som eventuelt kan identificeres. Derudover noterer partiet navnene på alle i publikum og forbipasserende.

Partiets formål med behandling af forbipasserendes personoplysninger i form af billeder er at kunne bruge billederne i materiale til informationsbrochurer og sociale medier til oplysning om partiets aktiviteter. Mens partiets legitime interesse i at udbrede information om partiets aktiviteter er reel, er det ikke nødvendigt at indsamle oplysninger om publikums og forbipasserendes navne for at forfølge denne interesse.

Endelig må vælgerne interesser og rettigheder ikke overstige din interesse i at behandle oplysningerne. Her skal du foretage en helhedsvurdering, hvor du bl.a. overvejer:

- Konsekvenserne for vælgerne ved, at du behandler deres oplysninger
- hvad vælgerne med rimelighed kan forvente i situationen, og
- om du har etableret ekstra privatlivsfremmende foranstaltninger fx pseudonymiseret oplysningerne.

Eksempel 19

Et parti ønsker at gøre potentielle vælgere opmærksom på sin politik. Partiet udvælger ud fra statistiske oplysninger en række geografiske områder, hvor vælgerne formodes at være lydhøre over for partiets visioner. For at udsende kampagnemateriale om partiets politik indsamler partiet offentligt tilgængelige oplysninger om navn og adresse på de personer, der bor i området.

Partiets legitime interesse består i at formidle information om sin politik og sine visioner til vælgerne.

Oplysninger om navn og adresse er nødvendige for at sende brevpost, og partiet har vurderet, at denne metode i den pågældende situation er den mindst indgribende. Behandlingen er derfor nødvendig.

Endelig har partiet overvejet vælgerne rimelige forventninger, dvs. om vælgerne kan forvente, at deres navn og adresse bruges af et politisk parti til at sende kampagnemateriale. Her kan det være relevant, at partiet kan henvise til eller har foretaget en meningsmåling i et repræsentativt udvalg af vælgere, som viser, at de fleste forstår, at en sådan behandling kan finde sted i forbindelse med folketingsvalg og ikke opfatter det som privatlivskrænkende, hvis de samtidig modtager information om det og om afsenderen. Derudover kan partiet vise, at flere vælgere endda foretrækker at modtage kampagnemateriale på denne måde i stedet for telefonisk henvendelse.

Derudover skal partiet vurdere risiciene for vælgernes grundlæggende rettigheder, og om de kan reduceres. Partiet kan eksempelvis overveje, om partiet kan mindske det ubehag, som nogle måtte føle ved at modtage sådanne forsendelser, ved at sikre at partiet tydeligt fremgår som afsender, og at der er mere information om, hvorfor vedkommende modtager kampagnematerialet, som eventuelt kan findes på partiets hjemmeside.

Hvis partiet på den baggrund konkluderer, at vælgerens interesser eller grundlæggende rettigheder ikke overstiger partiets legitime interesse, så er behandlingen tilladt.

Partiet skal til slut dokumentere sine overvejelser, så partiet kan påvise sin overholdelse af databeskyttelsesreglerne.

Samtykke

Hvis du er usikker på, om din legitime interesse er væsentligere end vælgernes interesse i, at oplysningerne ikke behandles, kan du bede om deres samtykke til at indsamle og behandle oplysningerne.

For at et samtykke er gyldigt, skal det være frivilligt, specifikt, informeret og udtryk for en utvetydig viljestilkendegivelse. Det er endvidere en betingelse, at du gør opmærksom på, at samtykke kan trækkes tilbage.

Frivilligt betyder, at vælgeren har kontrol og mulighed for at vælge frit. Vedkommende må ikke være forpligtet eller føle sig forpligtet til at afgive samtykke eller undlade at trække samtykket tilbage, fordi det vil være forbundet med negative konsekvenser, fx manglende mulighed for at deltage i et arrangement eller lignende.

Hvis du gerne vil behandle personoplysninger til flere formål, skal vælgerne frit kunne vælge mellem disse formål. Hvis behandling af personoplysninger tjener flere formål, skal du indhente et særskilt samtykke for hvert enkelt formål. Du skal ligeledes give vælgeren mulighed for at give samtykke til et formål, men undlade at give samtykke til andre formål.

Specifikt indebærer, at samtykket ikke må være generelt udformet eller uden en præcis angivelse af, hvilke formål personoplysningerne skal behandles til, og hvilke personoplysninger der vil blive behandlet. Et samtykke skal med andre ord være konkretiseret på en sådan måde, at det klart og tydeligt fremgår, hvad der gives samtykke til.

Informeret vil sige, at vælgeren skal være klar over, hvad der gives samtykke til. Du skal derfor give vælgeren en række informationer som skal sikre, at vælgeren kan træffe sin beslutning på et oplyst grundlag. Det omfatter som minimum:

- hvem du er,
- formålet med behandlingen af oplysningerne,
- hvilke oplysninger det drejer sig om, og
- retten til at trække samtykket tilbage

Samtykke skal gives i form af en utvetydig tilkendegivelse. Det betyder, at samtykket ikke må give anledning til tvivl. En sådan tilkendegivelse kan bestå i, at vælgeren ved en erklæring eller ved en aktiv handling klart tilkendegiver en accept af behandling af vedkommendes personoplysninger. En utvetydig viljestilkendegivelse kan fx gives ved underskrift på et dokument eller ved at sætte kryds i et felt ved besøg på en hjemmeside.

Endelig skal det være lige så let at trække sit samtykke tilbage, som det var at give det.

Eksempel 20

Som led i sin rekruttering af medlemmer på et gymnasium, indsamler et ungdomsparti oplysninger på baggrund af de studerendes samtykke. For at sikre at samtykket er

frivilligt, specifikt, informeret og udtryk for en utvetydig tilkendegivelse indhentes samtykket via formularer. Disse udfyldes frivilligt af interesserede studerende, som også kan sætte kryds i formularen, hvis de giver samtykke.

I formularen informeres de studerende også om, at ungdomspartiet er den dataansvarlige, at partiet indsamler navn og e-mailadresser, og at formålet med indsamlingen er at kunne sende orienteringer om fremtidige begivenheder til de studerende. Ungdomspartiet oplyser også, hvordan de studerende nemt kan trække deres samtykke tilbage.

Der er tale om et gyldigt samtykke.

Eksempel 21

Et parti sælger billetter til sin politiske lejrskole i sin webshop. For hver billet, der sælges, spørger partiet om samtykke til at bruge kontaktoplysningerne til at sende nyhedsbreve. Kunderne kan svare "Ja" eller "Nej" til spørgsmålet om, hvorvidt de ønsker at modtage nyhedsbreve. Partiet informerer kunderne om, at de har mulighed for at trække deres samtykke tilbage. For at trække samtykket tilbage skal de kontakte et parti telefonisk i tidsrummet mandag til fredag kl. 8-17. For at trække samtykket tilbage skal telefonopkaldet dermed foretages i arbejdstiden, hvilket er mere besværligt end det museklik, som gjorde det muligt at give samtykke direkte i webshoppen, der er åben 24/7.

Der er tale om et ugyldigt samtykke.

Hvis du behandler oplysninger på baggrund af et samtykke, kan du ikke efterfølgende skifte til et andet retsgrundlag, da det vil være urimeligt over for vælgeren. Hvis vælgeren trækker sit samtykke tilbage, kan du derfor ikke fortsætte med at behandle vedkommendes oplysninger på baggrund af en legitim interesse.

3.2.4 Særlige kategorier af personoplysninger

Du skal være særligt opmærksom på, om de oplysninger, du behandler, er en særlig kategori af personoplysninger.

Særlige kategorier af personoplysninger er oplysninger om:

- Race
- Etnicitet
- Politisk, religiøs eller filosofisk overbevisning
- Fagforeningsmæssigt tilhørsforhold
- Genetiske data
- Biometriske data (med henblik på at identificere en person)
- Seksuelle forhold eller orientering

Oplysningen om, at en person er medlem af et bestemt politisk parti, er et eksempel på en særlig kategori af personoplysninger.

Disse kategorier af personoplysninger er i sagens natur særligt følsomme og nyder derfor større beskyttelse.

Det er som udgangspunkt forbudt at behandle sådanne oplysninger, men der findes undtagelser.

I forbindelse med en valgkampagne vil du i langt de fleste situationer kun kunne behandle disse kategorier af personoplysninger, hvis vælgeren har givet sit udtrykkelige samtykke hertil, eller hvis den, som oplysninger angår, tydeligvis selv har offentliggjort dem.

Eksempel 22

Vælgeren A fastslår udtrykkeligt på sin profil på et socialt medie, at vedkommende er medlem af et politisk parti. En interesseorganisation anvender det sociale medies målretnings- og forstærkningsteknikker for at målrette politisk markedsføring til brugere som A, der er medlem af det pågældende parti.

Interesseorganisationen og det sociale medie er fælles dataansvarlige, og da de begge behandler særlige kategorier af personoplysninger (politisk overbevisning), skal de begge – udover at have et retligt grundlag – også have en undtagelse fra forbuddet mod behandling af særlige kategorier af personoplysninger.

Udledte oplysninger

Der kan også være tale om særlige kategorier af personoplysninger, hvis du gør antagelser eller drager konklusioner om, hvordan en vælger vil stemme, fx fordi vælgeren har besøgt en hjemmeside, der taler for visse politiske synspunkter. Særlige kategorier af personoplysninger kan således skabes ved at drage konklusioner ud fra og kombinere personoplysninger, som i første omgang ikke klassificeres som en særlige kategori.

Eksempel 23

Et socialt medie bruger aktivt personoplysninger, som en bruger har stillet til rådighed på sin profil. Det gælder oplysninger om alder, interesser og adresse. Det sociale medie kombinerer oplysningerne med observerede oplysninger om de hjemmesider, som brugeren har besøgt, og brugerens lignende 'likes' på det sociale medie.

Ud fra disse oplysninger placerer det sociale medie brugeren i målgruppen "interesseret i liberale budskaber". Mediet gør denne målgruppe tilgængelig for brug af målretnings- og forstærkningsteknikker for dem, som ønsker at bruge teknikkerne til at målrette sin markedsføring via det sociale medie.

Brugen af denne målgruppe til at målrette markedsføring ved hjælp af målretnings- og forstærkningsteknikker er en behandling af særlige kategorier af personoplysninger. Det skyldes, at kategorien kan bruges til at målrette markedsføring til personer, der har liberale politiske overbevisninger. Når det sociale medie tildeler en udledt politisk overbevisning til en bruger, behandler mediet særlige kategorier af personoplysninger.

Eksempel 24

En brugers profil på et socialt medie afslører kun generelle oplysninger som navn og bopæl, men en statusopdatering viser, at brugeren ofte deltager i et politisk partis fester. Senere ønsker partiet at bruge målretnings- og forstærkningsteknikker til at målrette politisk markedsføring til deltagerne i festerne for at tilskynde deltagerne til at melde sig ind i partiet.

Når brugerens personoplysninger behandles til sådanne formål, er der efter Datatilsynets opfattelse tale om behandling af særlige kategorier af personoplysninger.

Det spiller ikke en afgørende rolle, om konklusionerne vedrørende de særlige kategorier af oplysninger er korrekte eller fejlagtige.

Eksempel 25

Ud fra observerede oplysninger har et parti konkluderet, at en vælger sympatiserer med partiets politiske program og betaler en udbyder af adfærdsannoncer på internettet for at målrette politisk markedsføring til vælgeren. I virkeligheden er vælgeren politisk modstander af partiet. Selvom oplysningerne er forkerte, har partiet behandlet særlige kategorier af oplysninger om vælgeren.

At målrette markedsføring ud fra særlige kategorier af personoplysninger rejser væsentlige spørgsmål om rimelighed. Personoplysninger skal behandles rimeligt, og målretning af markedsføring på baggrund af særlige kategorier af personoplysninger er indgribende og kan være diskriminerende.

Derudover skal oplysninger være tilstrækkelige og relevante i forhold til formålet. Med undtagelse af oplysninger om politisk overbevisning står det ikke Datatilsynet klart, under hvilke omstændigheder det kan være nødvendigt at behandle særlige kategorier af personoplysninger med henblik på at målrette politiske budskaber.

Eksempel 26

Et politisk parti ønsker at sende lykønskingskort til vælgerne i en kommune for at fejre en bestemt højtid og opfordre dem til at støtte partiet. Partiet er klar over, at mange af vælgerne i kommunen ikke fejrer denne højtid. Partiet ønsker ikke at fornærme eller ulejlige disse vælgere ved at sende dem kort vedrørende en højtid, de ikke fejrer. Partiet beslutter sig for at benytte et program, der screener vælgernes navne og heraf udleder en sandsynlig etnisk oprindelse eller religiøs overbevisning. Partiet sender herefter lykønskingskortene til de vælgere, som partiet vurderer sandsynligvis fejrer den pågældende højtid.

I dette eksempel behandler partiet oplysninger om etnisk oprindelse eller religiøs overbevisning. Uanset hvor sikker partiet er på, at de udledte oplysninger er korrekte, behandler partiet særlige kategorier af personoplysninger. Det er usandsynligt, at partiet kan identificere en relevant undtagelse for at behandle disse oplysninger og bør derfor ikke behandle oplysningerne uden samtykke fra vælgerne.

Hvornår må man behandle særlige kategorier af oplysninger?

Som tidligere nævnt er det som hovedregel forbudt at behandle særlige kategorier af personoplysninger, men der findes undtagelser hertil.

Hvis du ønsker at behandle særlige kategorier af personoplysninger, skal du gøre dig klart, om der findes en undtagelse som muliggør denne behandling. Der findes flere undtagelser fra forbuddet mod at behandle særlige kategorier af personoplysninger, men det er primært tre undtagelser, der typisk kan være aktuelle ved politisk markedsføring.

Udtrykkeligt samtykke

En undtagelse er, hvis den person, som oplysningerne vedrører, har givet sit udtrykkelige samtykke. Samtykket dækker dog kun de formål, som personen har givet tilladelse til.

Udtrykkeligt samtykke kan gives skriftligt, fx ved at udfylde en samtykkeerklæring. I digitale sammenhænge kan det gøres ved at udfylde en elektronisk formular, sende en e-mail eller via en elektronisk signatur.

Teoretisk set kan mundtlige tilkendegivelser også være et udtrykkeligt samtykke, men det kan være svært at påvise, at personen fik alle de informationer, der er nødvendige for, at samtykke er gyldigt, på det tidspunkt, hvor samtykket blev givet.

Eksempel 27

Et parti ønsker at behandle oplysninger om en vælgers politiske synspunkter. Partiet informerer vælgeren om, at partiet ønsker at behandle sådanne oplysninger. Partiet anmoder i e-mailen om samtykke til at bruge oplysningerne til et specifikt formål. Hvis vælgeren vil give samtykke til brug af oplysningerne, beder partiet vælgeren om at svare via en e-mail med ordene "Jeg samtykker". Når vælgeren har sendt sit svar, modtager vælgeren et verifikationslink, som vedkommende skal klikke på, eller en tekstbesked med en verifikationskode, som vedkommende skal indtaste, for at bekræfte sit samtykke.

Vælgeren har dermed givet sit udtrykkelige samtykke til behandlingen.

Der henvises i denne forbindelse i øvrigt til afsnit 3.2.3. om samtykke.

Oplysninger som tydeligvis er offentliggjort af personen selv

En anden undtagelse er, hvis den person, som oplysningerne vedrører, selv tydeligvis har gjort oplysningerne offentligt tilgængelige. Ordet "tydeligvis" betyder, at tærsklen, for at denne undtagelse kan bruges, er høj.

Det, der betyder noget, er personens egen hensigt. Et eksempel på, hvornår en enkelt omstændighed er tilstrækkelig til at påvise en sådan hensigt, er, når en person stiller op for et bestemt parti. I modsat fald er en enkelt omstændighed normalt ikke tilstrækkeligt.

Når du skal vurdere, om du kan bruge undtagelsen, kan du bl.a. lægge vægt på:

- Standardindstillingerne for sociale medier, dvs. om en bruger har taget specifikke skridt til at ændre standardindstillingerne fra privat til offentlig.
- Typen af socialt medie, dvs. om formålet med mediet er at kunne holde kontakten til nære bekendte eller skabe intime relationer som på datingsites, eller hvis mediet tilbyder en bredere vifte af kontakter såsom professionelle relationer, mikroblogging, mediedeling mm.
- Tilgængeligheden af den side, hvor oplysningerne offentliggøres, dvs. om oplysningerne er offentligt tilgængelige, eller om der skal oprettes en konto for at få adgang til dem
- Tydeligheden af, at personoplysninger der deles på hjemmesiden vil blive offentliggjort, dvs. om hjemmesiden kontinuerligt oplyser brugeren om, at oplysningerne vil blive offentliggjort, eller hvis knappen til at offentliggøre oplysningerne informerer brugeren om, at oplysningerne vil blive offentligt tilgængelige
- Om personen selv har offentliggjort oplysningerne, eller om oplysningerne er blevet offentliggjort af en tredjepart, fx et billede, der afslører følsomme personoplysninger, som er blevet offentliggjort af en ven, eller om oplysningerne er afledt af andre data.

Eksempel 28

En vælger er medlem af et politisk parti og deltager i et møde i partiet for at høre mere om deres tanker om udviklingen af landdistrikterne i vælgerens kommune. Idet vælgeren kun deltager i mødet, har vælgeren sandsynligvis ikke til hensigt at offentliggøre, at vedkommende er medlem af partiet.

Eksempel 29

En bruger åbner en konto på en mikroblogging platform og angiver i sin profil, at vedkommende er homoseksuel.

Idet brugerens har en konservativ politisk overbevisning, vælger brugeren at blive medlem af en række konservative grupper på platformen og bliver informeret om, at meddelelser sendt via platformen er offentlige.

Et konservativt politisk parti ønsker at bruge platformens målretnings- og forstærkningsteknikker til at nå ud til folk, der har samme politiske tilhørsforhold og seksuelle orientering som brugeren. Eftersom oplysningerne om brugerens seksualitet automatisk er private, og vedkommende ikke har truffet foranstaltninger til at offentliggøre oplysningerne, er oplysningerne ikke tydeligvis blevet offentliggjort af den pågældende selv. Partiet må derfor ikke behandle oplysningerne på baggrund af denne undtagelse.

Fritagelse for visse nonprofitorganisationer

En yderligere undtagelse er, når særlige kategorier af personoplysninger behandles af visse nonprofitorganisationer. Hvis du er en nonprofitorganisation med et politisk formål, kan du behandle særlige kategorier af oplysninger om nuværende og tidligere medlemmer og andre personer, der på grund af organisationens formål har regelmæssig kontakt med organisationen.

Undtagelsen gælder kun for særlige kategorier af personoplysninger om disse personer. En vigtig begrænsning ved undtagelsen er, at oplysningerne ikke må videregives til tredjeparter uden de berørte personers samtykke. Det kan fx være til en udbyder af et socialt medie med henblik på at målrette politisk markedsføring mod dem eller for at finde personer med lignende karakteristika til at målrette politisk markedsføring (såkaldte lookalike-målgrupper).

Du kan gøre brug af denne undtagelse, hvis:

- Du er en nonprofitorganisation. Det kan omfatte velgørenhedsorganisationer, klubber, politiske partier, fagforeninger og andre organisationer, som forfølger et politisk, filosofisk eller religiøst formål
- Du behandler særlige kategorier af personoplysninger som led i dine legitime aktiviteter. Det skal forstås bredt og omfatter størstedelen af dine aktiviteter, forudsat du ikke går ud over dine fastsatte formål eller foretager dig noget ulovligt eller uetisk
- Du behandler kun oplysninger om medlemmer, tidligere medlemmer og andre personer, som er i regelmæssig kontakt med dig i tilknytning til dine formål. Det omfatter derfor ikke behandling af oplysninger om potentielle medlemmer eller andre personer, som ikke har haft forudgående kontakt med din organisation.

Eksempel 30

En politisk ungdomsorganisation ønsker at overføre sit medlemsregister til en udbyder af et socialt medie for at kunne målrette politisk markedsføring til brugere af det sociale medie, som ligner organisationens medlemmer. Organisationen har brug for medlemmernes samtykke for at kunne overføre oplysningerne, idet organisationen derved videregiver personoplysninger til tredjeparter, her udbyderen af det sociale medie.

Endelig må du ikke dele oplysninger med tredjeparter uden de berørte personers samtykke.

3.2.5 Oplysningspligt

Uanset hvilket formål du indsamler personoplysninger til, skal du informere vælgerne om din indsamling og behandling. Det er et krav efter databeskyttelsesreglerne.

Du skal bl.a. informere vælgerne om:

- hvem du er, og hvordan du kan kontaktes
- hvilke(t) formål du indsamler og behandler oplysningerne til
- hvilket retsgrundlag du støtter denne behandling på

- hvem du eventuelt forventer at videregive oplysningerne til, og
- hvilke rettigheder vælgeren har

Databeskyttelsesreglerne stiller også krav til, hvordan disse informationer skal gives. Informationen skal bl.a. være:

- Kortfattet
- Gennemsigtig
- Letforståelig
- Lettilgængelig
- Skrevet i et klart og enkelt sprog

Afhængigt af din konkrete aktivitet kan det være nødvendigt at give vælgerne yderligere oplysninger for at sikre, at du handler rimeligt og gennemsigtigt.

Du skal sikre dig, at vælgerne modtager denne information uanset, om du indsamler oplysningerne direkte hos de pågældende personer, eller om du modtager dem fra anden side.

Ud over at være et lovkrav hjælper oplysningspligten vælgerne med at forstå, hvad du gør med deres personoplysninger og til hvilket formål. På den måde kan vælgerne have tillid til, at du behandler deres oplysninger forsvarligt. Når du giver fyldestgørende og letforståelig information til vælgerne om, hvordan du behandler deres personoplysninger, gør du tilsvarende lettere for dig selv, når du skal håndtere eventuelle anmodninger fra vælgerne. Desto mere gennemsigtig du er omkring din behandlingsaktivitet, desto lettere er det at håndtere anmodninger fra vælgerne.

Når du indsamler personoplysninger direkte fra vælgerne

Når du indsamler personoplysninger direkte fra vælgerne, skal du informere dem om din indsamling og behandling på det tidspunkt, hvor du indsamler oplysningerne.

Der findes enkelte undtagelser til dette krav, men de er oftest ikke relevante ved valgkampagner.

Du kan opfylde dette krav ved at placere den relevante information på et fremtrædende sted på din hjemmeside eller andre digitale tjenester, fx apps, men du skal gøre vælgerne opmærksomme på informationen og give dem en let måde at tilgå informationen på. Hvis vælgerne ikke har adgang til internettet, skal du have alternative kanaler, som informationen kan tilgås igennem.

For valgkampagner afhænger den bedste måde at give folk den nødvendige information af den måde, du indsamler oplysninger på:

INDSAMLINGSMETODE	FORSLAG TIL AT GIVE INFORMATION
Dør-til-dør	Udstyre personalet med budskaber, som de kan give mundtligt, eller give dem trykte brochurer med, som indeholder de relevante informationer eller en opsummering heraf med link til, hvor vælgerne kan finde yderligere information.
Papirbaserede undersøgelser mv.	Trykte brochurer, som vælgerne kan få i hånden, eller pjecer med summarisk information og links til, hvor vælgerne kan finde yderligere information.
Onlineundersøgelser, quizzer mv.	En fremtrædende placering af links på undersøgelsens mv. forside, som vælgerne kan tilgå, inden de gennemfører undersøgelsen.

INDSAMLINGSMETODE	FORSLAG TIL AT GIVE INFORMATION
Apps	Notifikation med de relevante informationer eller anden fremtrædende placering af informationerne.
Telefoniske henvendelser	Udstyre personalet med budskaber, som de kan give mundtligt, samt en henvisning til en hjemmeside, hvor vælgerne kan (gen)finde informationen og finde yderligere information.

Det er ikke et krav, at du giver alle de nødvendige informationer i en samlet tekst. Tværtimod kan det være en ulempe. Du bør overveje, hvordan vælgerne lettest kan modtage, læse og forstå den information, du giver dem. Det vil typisk afhænge af måden, som du har valgt at indsamle personoplysningerne på.

Du kan særligt overveje:

- En lagdelt tilgang – Korte tekster, der indeholder de vigtigste informationer, og som har yderligere lag, hvor vælgerne kan finde mere detaljerede oplysninger
- Dashboards – Værktøjer, der informerer om, hvordan du bruger deres oplysninger og giver dem mulighed for at styre, hvad der sker med dem
- "Just-in-time" meddelelser – Relevante og fokuserede informationer, som gives på netop det tidspunkt, hvor informationen er relevant
- Ikoner – Små, meningsfyldte symboler, der indikerer, at en bestemt behandling finder sted
- Funktionalitet i apps, herunder pop-ups, stemmeadvarsler mv.

Endelig skal du have fastlagt politikker og procedurer og give dit personale passende træning og vejledning i disse for at sikre, at du giver den relevante og nødvendige information til vælgerne, når de indsamler deres personoplysninger.

Når du indsamler personoplysninger fra andre

I disse situationer skal du også informere vælgerne om din indsamling og behandling. Foruden de informationer, der er nævnt ovenfor, skal du også give vælgerne information om:

- Kilden til oplysningerne, og hvilke kategorier af oplysninger det drejer sig om.

Du skal give vælgerne informationerne inden for en rimelig frist og senest en måned fra, at du har indsamlet oplysningerne.

Hvis du skal bruge oplysningerne til at henvende dig til vælgerne, kan du vente med at give den nødvendige information til, at du alligevel skal kontakte de pågældende. Det skal dog fortsat ske senest en måned fra, at du har indsamlet oplysningerne.

Hvis du forventer at videregive oplysningerne til andre, kan du også vente til at give den nødvendige information til, at du videregiver oplysningerne. Det skal dog også fortsat ske senest en måned fra, at du har indsamlet oplysningerne.

Der findes også en række undtagelser til kravet om at fortælle vælgerne om din behandling af deres oplysninger. Flertallet af disse undtagelser er sandsynligvis ikke relevante ved valgkampagner. To af undtagelserne kan dog være relevante:

- Hvis vælgerne allerede har den nødvendige information, eller
- Hvis det er umuligt eller vil kræve en uforholdsmæssig stor indsats at give den nødvendige information

Hvis du overvejer at henvise til, at vælgerne allerede har den nødvendige information, skal du kunne påvise og verificere, hvilken information de pågældende allerede er bekendt med. Det er ikke tilstrækkeligt blot at stole på tilkendegivelser og garantier fra tredjemand. Du bør foretage din egen *due diligence* og anmode om bevis om nødvendigt. Du skal sikre dig, at

vælgerne har fået alle de informationer, som de har krav på. Hvis du er usikker på, hvilken information de har fået, eller hvis der mangler noget, skal du give dem yderligere information.

Hvis du overvejer at henvise til, at det vil kræve en uforholdsmæssig stor indsats at give den nødvendige information til vælgerne, skal du vurdere dette fra gang til gang. Du skal vurdere og dokumentere, om der er en forholdsmæssig balance mellem din indsats for at give den nødvendige information og behandlingens effekt på den enkelte person. Hvis behandlingen har en mindre indvirkning på den enkelte, kan din vurdering vise, at det ikke er rimeligt at bruge store ressourcer på at informere den enkelte. Men jo mere betydningsfuld effekt din behandling har på den enkelte, jo mindre sandsynligt er det, at du kan bero på denne undtagelse.

Det er vanskeligt at argumentere for, at det kræver en uforholdsmæssig stor indsats, hvis du skal kontakte den enkelte som led i din aktivitet. Dette omfatter bl.a. direkte markedsføring. Medmindre du er sikker på, at vælgeren allerede har fået den nødvendige information, bør du give dem informationen som led i din kommunikation med den pågældende.

Hvis du når frem til, at det vil kræve en uforholdsmæssig stor indsats at give vælgerne den nødvendige information, skal du stadig offentliggøre informationen, fx på din hjemmeside.

3.2.6 Øvrige rettigheder

Når du behandler personoplysninger, har vælgeren, hvis oplysninger, det drejer sig om, en række rettigheder.

I det følgende skitseres kort, hvad de enkelte rettigheder går ud på. Du kan læse mere om de enkelte rettigheder på Datatilsynets hjemmeside.

Indsigtsret

Retten til indsigt indebærer for det første, at vælgeren har ret til at se de personoplysninger, som du behandler om den pågældende. For det andet indebærer retten til indsigt, at vælgeren har ret til at modtage en række informationer om, hvordan du behandler vedkommendes personoplysninger.

Formålet med indsigtsretten er at give vælgeren mulighed for at se, hvilke personoplysninger der behandles om den pågældende og derved skabe mere gennemsigtighed omkring, hvordan oplysningerne behandles. Vælgeren kan dermed kontrollere, at personoplysningerne er korrekte og i øvrigt behandles lovligt. Hvis vælgeren anmoder om det, skal vedkommende have indsigt i indholdet af de personoplysninger, du behandler, dvs. at du skal udlevere en kopi af oplysningerne til vedkommende.

Ret til berigtigelse

Retten til berigtigelse indebærer for det første, at vælgeren – efter anmodning – har ret til at få urigtige (forkerte) personoplysninger om sig selv rettet.

Retten til berigtigelse og retten til at få fuldstændiggjort ufuldstændige personoplysninger ændrer ikke på, at du altid selvstændigt bør sikre dig, at personoplysninger er korrekte, særligt hvis du bliver opmærksom på, at oplysningerne er forkerte.

Ret til sletning

Retten til sletning indebærer, at vælgeren – med visse undtagelser – har ret til at få slettet oplysninger om sig selv. Vælgeren har bl.a. ret til at få slette sine oplysninger, hvis:

- Personoplysningerne ikke længere er nødvendige at have
- Personoplysningerne behandles på baggrund af et samtykke, og personen har trukket sit samtykke tilbage, og oplysningerne ikke behandles til andre formål på baggrund af andre retsgrundlag
- Personoplysninger er behandlet ulovligt
- Personoplysningerne skal slettes, fordi det står i loven
- Personoplysningerne skal slettes som konsekvens af, at vælgeren gør indsigelse

Når du skal slette personoplysninger betyder det, at oplysningerne skal slettes på en sådan måde, at de ikke kan genskabes. Du skal derfor også slette oplysningerne fra din backup mv.,

hvis dette er teknisk muligt. Under alle omstændigheder skal du sikre dig, at du ved genetablering af data fra din backup fjerner slettede oplysninger fra dit driftssetup.

Du skal også være opmærksom på, at retten til at få slettet personoplysninger ikke ændrer ved, at du også selvstændigt er forpligtet til at slette personoplysninger, når du ikke længere har brug for dem til de formål, som du behandler oplysningerne til.

Indsigelse

Retten til indsigelse indebærer, at vælgeren på baggrund af sin egen situation har ret til at gøre indsigelse mod en ellers lovlig behandling af vedkommendes personoplysninger. Det er relevant, hvis du behandler vælgerens personoplysninger på baggrund af din egen legitime interesse heri.

Når du modtager en indsigelse vil du allerede én gang have vurderet, at behandlingen kan ske på baggrund af dine legitime interesser. Hvis du modtager en indsigelse begrundet i vælgerens situation, skal du på ny vurdere din behandling og eventuelt stoppe den.

Hvis du ved din nye vurdering kommer frem til, at du har en tungtvejende legitim interesse i behandlingen, skal du kunne redegøre dette over for vælgeren. Dette gør du ved at forklare vedkommende, at du har foretaget en konkret vurdering af hensynene og ved at begrunde, hvorfor du ikke imødekommer indsigelsen.

3.2.7 Indsamling af oplysninger fra tredjeparter

Mange organisationer, herunder politiske aktører, køber eller modtager oplysninger fra data-mæglere eller andre organisationer med henblik på at foretage markedsføring. For valgkampagner kan disse inddeles i tre kategorier:

- lister med kontaktoplysninger
- faktuelle oplysninger, fx alder, antal børn, antal biler mv., med henblik på analyse
- kontaktoplysninger og udledte oplysninger om fx interesser og karakteristika

Kontaktoplysninger

Hvis du anvender kontaktoplysninger, fx telefonnumre eller e-mailadresser, skal du være særligt opmærksom på, at være gennemsigtig omkring dette. Det vil oftest ikke være tilstrækkeligt, at du i din generelle privatlivspolitik på din hjemmeside anfører, at du muligvis vil indsamle yderligere kontaktoplysninger fra tredjeparter. Det skyldes, at vælgerne ikke på forhånd kan vide, at du vil indsamle oplysninger om netop dem eller blive kontaktet af dig ved brug af oplysninger, som de aldrig har givet dig. Du skal i sådanne tilfælde sikre, at vælgerne bliver oplyst om, hvor du har deres specifikke oplysninger fra og den øvrige information, du skal give vælgerne.

Hvis en vælger – via en tredjepart – har givet samtykke til, at du må bruge deres oplysninger i forbindelse med valgkampagner eller direkte markedsføring, så kan du berige dine egne oplysninger med disse kontaktoplysninger. Det er dog vigtigt at understrege, at vælgerens samtykke skal have forholdt sig til dig specifikt. Det er ikke tilstrækkeligt, hvis det refererer til dig i en generel forstand, fx "udvalgte tredjeparter", "betroede partnere" eller "til politiske valgkampagner".

Faktuelle oplysninger

Hvis du køber faktuelle oplysninger fra en datamægler eller anden tredjepart, skal du sikre dig, at den enkelte vælger modtager den nødvendige information herom, og at den enkelte med rimelighed kan forvente, at du behandler denne type oplysninger om dem.

Du skal overholde kravene til at give vælgerne information om, at du indsamler og behandler oplysninger om dem, herunder særligt information de ikke allerede har fået. Det omfatter bl.a., hvor du har modtaget oplysninger fra. Du skal også huske at informere dem om ændringer i det retlige grundlag, der danner baggrund for behandlingen af deres oplysninger, særligt hvis det adskiller sig fra det oprindelige retlige grundlag, som dannede baggrund for indsamling af oplysningerne.

Udledte oplysninger

Om udledte oplysninger er personoplysninger eller ej afhænger af, om den enkelte person er identificeret eller identificerbar – direkte eller indirekte – ud fra disse data eller enhver anden data, som du har. Hvis en datamægler eller en anden tredjepart giver dig anonyme oplysninger, og du ikke behandler disse på en måde, der gør det muligt at identificere enkeltpersoner, fx beriger oplysningerne med navne og adresser, gælder databeskyttelsesreglerne ikke. Det kan fx være anonyme oplysninger om, at aarhusianere er mere tilbøjelige til at læse Århus Stiftstidende frem for andre dagblade.

Modtager du derimod udledte oplysninger med navne eller adresser, eller selv beriger dem med sådanne oplysninger, vil der være tale om personoplysninger. Du bør behandle sådanne oplysninger på samme måde, som du behandler faktuelle oplysninger, som er beskrevet ovenfor.

Due diligence

Det er vigtigt at huske, at du er ansvarlig for og skal kunne påvise din overholdelse af databeskyttelsesreglerne. Det er ikke nok blot at acceptere en datamæglers eller anden tredjeparts forsikringer herom.

Du skal selv foretage en grundig kontrol for at sikre dig, at:

- Tredjeparten har indsamlet oplysningerne rimeligt og lovligt,
- vælgerne har forstået, at deres oplysninger vil blive videregivet til politiske valgkampagner, og
- du, om nødvendigt, har et samtykke, som specifikt navngiver dig

Som en del af din *due diligence* kan du bede tredjeparten give dig:

- Detaljer om, hvem der har sammenstillet de omhandlede oplysninger,
- en kopi af privatlivspolitikken som blev brugt, da oplysningerne blev indsamlet,
- detaljer om, hvordan de har indsamlet oplysningerne,
- perioden, hvor oplysningerne blev indsamlet
- detaljer om, hvordan de tredjeparter, der skulle modtage oplysningerne, er blevet specificeret, dvs. hvis vælgerne har givet samtykke til, at oplysningerne vil blive givet til "tredjeparter" i generelle vendinger, vil det ikke være tilstrækkeligt,
- registreringer af vælgernes samtykke, dvs. hvad vælgerne gav samtykke til, hvad de fik at vide, og hvordan gav de samtykke

En velrenommeret tredjepart bør være i stand til at demonstrere over for dig, at den måde, som de har indsamlet oplysningerne på, overholder databeskyttelsesreglerne. Hvis de ikke kan gøre dette, eller du ikke er tilfreds med deres forklaringer, bør du ikke bruge oplysningerne.

Eksempel 31

Et politisk parti ønsker at købe e-mailadresser fra en datamægler, så partiet kan sende e-mails til personer, som partiet mener vil støtte deres kampagne. Datamægleren forsikrer partiet om, at alle e-mailadresser er indhentet og kan videregives lovligt. Partiet er usikkert på dette, så de beder datamægleren om at indføre denne garanti i en skriftlig aftale, hvilket mægleren accepterer. Partiet bruger herefter e-mailadresserne til at udsende politiske budskaber.

Nogle uger senere modtager partiet et brev fra Datatilsynet, som har modtaget en række klager over disse e-mails. Partiet fortæller Datatilsynet, at partiet er blevet forsikret om, at oplysningerne er blevet indsamlet og videregivet i overensstemmelse med databeskyttelsesreglerne. Datatilsynet beder partiet om at dokumentere dette og forklare, hvilke undersøgelser de foretog sig i denne henseende. Datamægleren er ikke i stand til at fremlægge nogle beviser, og partiet indrømmer, at de eneste undersøgelser, partiet foretog sig, var at få garantien indføjet i en skriftlig kontrakt.

Eftersom hverken partiet eller datamægleren kan påvise, at de har givet vælgerne den nødvendige information om behandling af deres oplysninger og opnået det nødvendige samtykke hertil, er databeskyttelsesreglerne ikke overholdt.

Når du har modtaget oplysningerne, skal du være parat til at håndtere eventuelle unøjagtigheder eller klager, der måtte opstå som følge af brugen af oplysningerne.

3.2.8 Indsamling af oplysninger fra offentligt tilgængelige kilder, herunder sociale medier

Databeskyttelsesreglerne er ikke til hinder for, at du indsamler og behandler oplysninger, der stammer fra offentligt tilgængelige kilder. Du må dog ikke gå ud fra, at databeskyttelsesreglerne ikke gælder, fordi oplysningerne er offentligt tilgængelige.

Hvis du behandler sådanne oplysninger, bliver du ansvarlig for dem og skal overholde databeskyttelsesreglerne.

For eksempel gælder kravene til gennemsigtighed fortsat, og du skal stadig iagttage kravet om at give vælgerne information om, at du behandler deres oplysninger.

Du kan heller ikke antage, at blot fordi en vælger har offentliggjort sine personoplysninger, at de accepterer, at oplysningerne bruges til politiske valgkampagner.

For eksempel vil vælgeren måske have så mange mennesker som muligt til at læse deres opslag på sociale medier, men det betyder ikke, at vedkommende accepterer at få disse data indsamlet og analyseret for at profilere vedkommende til at målrette med politiske kampagner. Ligeledes betyder det, at vælgers profil på et socialt medie ikke er privat, ikke, at du frit kan bruge vedkommendes oplysninger til politiske valgkampagner.

3.3 Brug af onlinetjenester og sociale medier

I onlineverdenen adskiller de værktøjer og teknikker samt mængden af personoplysninger, der er til rådighed, sig betydeligt fra traditionelle reklamemetoder. Brug af onlinetjenester har derfor en større potentiel indvirkning på borgernes rettigheder.

Et af de mest oplagte eksempler er "microtargeting". Det er, hvor du målretter din markedsføring til en målgruppe ud fra en række udledte egenskaber, interesser eller præferencer hos de pågældende personer.

Typen af behandling, der kan ske online, og mængden af personoplysninger, der behandles, betyder, at du højst sandsynligt skal foretage en konsekvensanalyse vedrørende databeskyttelse, inden du går i gang, især når du bruger de tilgængelige værktøjer og teknikker til politiske valgkampagner. Dette skyldes, at behandlingen kan omfatte:

- brug af nye teknologier
- profilering af personer i stor skala
- at kombinere, sammenligne eller matche personoplysninger, der er indhentet fra flere kilder
- sporing af en persons lokation eller adfærd og
- anvendelse af personoplysninger om sårbare personer til markedsføringsformål, profilering eller anden automatiseret beslutningstagning.

Disse er alle eksempler på behandling, der sandsynligvis vil medføre en høj risiko for enkeltpersoners rettigheder og frihedsrettigheder, som indebærer, at du er forpligtet til at foretage en konsekvensanalyse.

Online annoncering

For at eksponere enkeltpersoner for markedsføring, der er mest relevant for deres interesser og adfærd, kan onlineannoncering spore dem på forskellige måder – på tværs af internettet, på tværs af enheder eller begge dele.

Først og fremmest skal du i forbindelse med politisk markedsføring generelt overveje, i hvilket omfang onlineannoncering indebærer behandling af særlige kategorier af personoplysninger.

Online annoncering er kompleks og indebærer en række udfordringer, som du skal overveje, hvis du har til hensigt at bruge det til politisk markedsføring. Du bør sikre dig, at du er opmærksom på alt dette, herunder hvordan personoplysninger behandles under hele processen med annonceudvælgelse og levering.

Du kan fx annoncere online ved hjælp af forskellige metoder, fra kontekstuel annoncering (hvor indholdet på den side, som brugeren besøger, bestemmer den annonce, de ser), til mere komplekse typer af målrettet annoncering, der involverer automatiserede transaktioner.

Når du overvejer brugen af onlineannoncering i politiske valgkampagner, skal du sikre dig, at:

- enhver behandling af særlige kategorier af personoplysninger sker med den enkeltes udtrykkelige samtykke
- du har et retligt grundlag for behandlingen
- du gennemfører en konsekvensanalyse for på passende vis at vurdere og afbøde risiciene for enkeltpersoner
- de informationer, du giver, er klare, så borgerne ved, hvilke oplysninger du ønsker at behandle, til hvilke formål, og med hvem du har til hensigt at dele dem, og
- du indgår de nødvendige aftaler, hvor databehandlere handler på dine vegne, eller etablerer ordninger, hvor du er fælles dataansvarlig med en anden part.

Brug af sociale medier til at målrette budskaber

Sociale medier behandler store mængder personoplysninger om deres brugeres adfærd og interaktioner. Generelt falder dette i tre hovedtyper, der er kendt som:

- afgivne oplysninger,
- observerede oplysninger, og
- udledte oplysninger.

Målrætnings- og forstærkningsteknikker kan involvere alle disse oplysninger, og sociale medier tilbyder en række værktøjer, der gør det muligt for dig at gøre dette.

Når du beslutter dig for at bruge din tilstedeværelse på sociale medier til at målrette politisk markedsføring mod borgerne, vil mange forskellige datakilder sandsynligvis blive brugt til dette formål. Målrætningen kan også omfatte profilering. Du skal derfor være meget klar over, hvilke oplysninger du vil bruge, og hvorfor.

Afgivne data

Dette er personoplysninger, som vælgerne giver til dig. I forbindelse med politiske valgkampagner kan dette være:

- oplysninger, de giver dig, og/eller
- oplysninger de giver til det sociale medie, som de bruger, og hvis værktøjer du derefter bruger til at målrette politisk markedsføring til dem.

For eksempel omfatter oplysninger, der afgives til sociale medier, generelt oplysninger som profiloplysninger, e-mailadresser, kontaktoplysninger, visse demografiske oplysninger eller alle fire typer.

Observerede oplysninger

Dette er personoplysninger om, hvordan vælgerne interagerer med dig, eller i dette tilfælde en bestemt hjemmeside eller en bestemt tjeneste, og de personoplysninger, der observeres gennem vælgerne brug af denne tjeneste.

Med sociale medier kan det eksempelvis omfatte:

- oplysninger om brugerens aktivitet på platformen (fx indhold, de har genereret),
- oplysninger om de enheder, de bruger til at få adgang til platformen,
- personoplysninger indhentet ved brug af tredjepartsapplikationer,
- oplysninger indsamlet via hjemmesider, der har implementeret platformens plugins (fx dine egne),
- oplysninger indsamlet gennem andre tredjeparter, som brugeren interagerer med, og
- oplysninger indsamlet gennem andre tjenester, som det sociale medie tilbyder.

Det omfatter også lignende oplysninger som fx oplysninger om brugeradfærd, som du har indsamlet i forbindelse med besøg på din hjemmeside.

Udledte oplysninger

Udledte oplysninger er personoplysninger, der er udledt ud fra afgivne eller observerede oplysninger. Både dig og ethvert socialt medie, du bruger, kan drage konklusioner om enkeltpersoner. Det gør sociale medier ved at overvåge brugeradfærd over tid og analysere besøgte sider og interaktioner på disse sider. Denne analyse gør det muligt for det sociale medie at udlede oplysninger om den pågældende brugers interesser og karakteristika.

Måltrening på baggrund af afgivne oplysninger

Sociale medier tilbyder "listebaserede" målretningsværktøjer, der giver dig mulighed for at målrette politisk markedsføring til brugerne af det sociale medie. Det sker ved, at du uploader personoplysninger, som du allerede har, til det sociale medie, fx en liste over e-mailadresser. Det sociale medie matcher derefter disse oplysninger med sin egen brugerdatabase. Enhver bruger, der matcher den uploadede liste, tilføjes derefter til en målgruppe, som du kan bruge til at målrette politisk markedsføring på det sociale medie.

Disse værktøjer er generelt kendt som "audiences", selv om det præcise udtryk kan variere fra platform til platform. Som eksempler kan Facebook Custom Audiences eller LinkedIn Contact Targeting nævnes.

Overordnet set består processen i, at listen overføres til platformen, hvorefter den behandles af en hashalgoritme. Resultatet, der er en række unikke hashværdier, sammenlignes med en liste over hashværdier, som findes i platformens database. Når processen genererer et match, tilføjes den pågældende person til en skræddersyet målgruppe. Selvom denne proces indebærer pseudonymisering, er der ikke tale om anonymisering, og databeskyttelsesreglerne gælder fortsat.

Hvis du ønsker at bruge sådanne værktøjer, skal du:

- Vurdere, om der kan udledes særlige kategorier af personoplysninger ud fra den liste, du overfører. Selvom oplysningerne på listen ikke i sig selv udgør særlige kategorier af personoplysninger, kan din og platformens videre anvendelse af listen til at målrette politiske budskaber være det (fx hvis platformen efterfølgende udleder politiske holdninger ud fra listen). Hvis det er tilfældet, skal du have vælgerens samtykke.
- Klart og tydeligt informere vælgerne om din brug og være gennemsigtig omkring behandlingen, så de fuldt ud forstår, at du bruger deres personoplysninger på denne måde. Det kan eksempelvis ske ved at fortælle dem på forhånd, at du ønsker at bruge deres e-mailadresser til at matche dem på sociale medier med det formål at vise dem politiske budskaber, og
- tage hensyn til eventuelle indsigelser. Hvis en person har gjort indsigelse mod, at du bruger deres personoplysninger til direkte markedsføring, kan du ikke bruge deres oplysninger til at målrette budskaber til dem på sociale medier. Du kan heller ikke behandle deres oplysninger for at hjælpe dig med at finde lignende personer til at

målrette, fordi brugen af deres oplysninger på denne måde stadig sker til markedsføringsformål.

Hvis oplysningerne er indsamlet i en anden sammenhæng, og du ikke har informeret vælgerne om, at du også vil bruge oplysninger til at målrette markedsføring, skal du være særligt opmærksom på, om denne brug er foreneligt med din oprindelige indsamling. Det vil oftest ikke være tilfældet, medmindre din oprindelige indsamling også have et markedsføringslignende formål.

I praksis skal du være meget klar og på forhånd om denne behandling. Oplysninger om eventuelle værktøjer, du bruger på sociale medier i forbindelse med markedsføring, bør ikke være begravet i din privatlivspolitik.

Hvis det er tilfældet, er det usandsynligt, at vælgerne forventer, at denne behandling vil finde sted. Hvis du ikke gør dette klart for vælgerne, risikerer du at overtræde princippet om formålsbegrænsning og oplysningspligten.

Måltrening mod lignende personer

Sociale medier giver dig også mulighed for at opbygge yderligere målgrupper ud fra karakteristika for en oprindelig målgruppe, som du har oprettet ved hjælp af et listebaseret værktøj. Disse kaldes almindeligvis "lookalike" målgrupper, men terminologien kan igen variere afhængigt af platformen.

Disse målgrupper omfatter generelt personer, som du ikke tidligere har interageret med, men som "ligner" din oprindelige listebaserede målgruppe, dvs. det er personer med lignende interesser, adfærd eller karakteristika som de vælgere, du oprindeligt ønskede at målrette politisk markedsføring til.

Derudover er brugen af plugins og sporingspixels fra sociale medier på hjemmesider et yderligere middel til at tilføje vælgere til denne slags målgruppe. Du skal derfor vurdere de databeskyttelsesretlige konsekvenser ved at inkludere sådanne plugins på din hjemmeside.

Disse konsekvenser kan være omfattende. Selvom det sociale medie udfører størstedelen af behandlingen, er du den organisation, der iværksatte behandlingen og forsynede platformen med de oplysninger, der var nødvendige for aktivitetens gennemførelse.

Samtidig har du oftest ingen direkte forbindelse til de personer, der bliver tilføjet til denne type af målgruppe. Du skal derfor være sikker på, at det sociale medie har taget alle nødvendige skridt til at give de nødvendige oplysninger til de enkeltpersoner, der tilføjes til målgruppen.

Du skal også sikre, at du på passende vis informerer personer, der har givet dig deres oplysninger, om, at du vil behandle deres oplysninger til at oprette sådanne andre, lignende målgrupper. Hvis en person har gjort indsigelse mod brugen af deres personoplysninger til markedsføringsformål, skal du også sikre dig, at du ikke bruger deres oplysninger til oprettelse af sådanne lignende målgrupper.

For mere om behandling af personoplysninger om hjemmesidebesøgende henviser Datatilsynet til sin vejledning herom, som kan findes [her](#).

Ansaret

Når du bruger et socialt medie med det formål at målrette politiske budskaber til enkeltpersoner, er du og det sociale medie i de fleste tilfælde fælles dataansvarlige for behandlingen. Det skyldes, at I begge bestemmer formålet og midlerne. Det skyldes bl.a., at:

- du beslutter dig for at være til stede på det sociale medie,
- platformen beslutter at levere en række værktøjer og teknikker, som du kan bruge til at målrette budskaber mod platformens brugere,
- du opretter "audiences" på grundlag af de værktøjer og personoplysninger, der er til rådighed, og beslutter, hvilke kriterier platformen anvender til at målrette mod disse brugere, og
- både du og platformen i fællesskab drager fordel af de behandlingsaktiviteter, I udfører.

Der er også fælles dataansvar, hvor:

- du bare bruger platformens værktøjer til at generere aggregerede data om, hvordan dine brugere interagerer med din tilstedeværelse på sociale medier.
- du inkluderer plugins fra platformen på din hjemmeside, og disse plugins indsamler dine besøgendes personoplysninger og overfører dem til platformen, og
- du eller platformen eller jer begge bruger afgivne oplysninger, observerede oplysninger og udledte oplysninger til målretningsformål.

Når der foreligger fælles dataansvar, har begge parter ansvaret for at overholde databeskyttelsesreglerne. Det betyder ikke, at parterne har det samme ansvar for alle aspekter af behandlingen. Parterne skal dog være enige og fuldt ud forstå, hvem der er ansvarlig, og for hvad, samt at sikre, at enkeltpersoner kan udøve deres rettigheder over for begge parter. Det betyder, at du sammen med de tredjeparter, du samarbejder med, skal sikre, at der ikke opstår huller i lovgivningen, som i sidste ende har en negativ indvirkning på enkeltpersoners rettigheder.

Databeskyttelsesreglerne stiller nogle krav til de situationer, hvor der foreligger fælles dataansvar. Disse krav er ikke anderledes, når du beslutter at bruge et socialt medie til at målrette politiske budskaber.

I nogle tilfælde har det sociale medie på en standardiseret måde fastsat rammerne for det fælles dataansvar. Når du bruger et socialt medie, skal du sikre dig, at det reelt er tilfældet, og hvordan ansvaret fordeler sig.

Datatilsynet forstår, at det kan være kompliceret at foretage disse vurderinger og fastlægge det konkrete ansvar, særligt når store platforme tilbyder en række standardiserede værktøjer og har en betydelig brugerbase og tilstedeværelse på markedet. Det kan også være, at platformen alene tilbyder standardbetingelser, som ikke er til forhandling.

Datatilsynet skal dog understrege, at dette ikke fritager hverken dig eller det sociale medie for jeres respektive forpligtelser efter databeskyttelsesreglerne.

Hvis du er usikker på, om du er i stand til at påvise, at du overholder databeskyttelsesreglerne ved at benytte et givent værktøj eller en given platform, bør du afstå fra at bruge det pågældende værktøj eller den pågældende platform.

3.4 Efter en valgkampagne

Når en valgkampagne er overstået, er det vigtigt, at du gennemgår de personoplysninger, som du har indsamlet og behandlet i forbindelse med kampagnen.

Du bør i den forbindelse se på, om der er væsentligt læring, som du kan tage med dig i forhold til overholdelsen af databeskyttelsesreglerne.

Det er også vigtigt at vurdere, hvilke oplysninger du har brug for at gemme både til brug for fremtidige kampagner og af dokumentationshensyn.

Hvis du ønsker at bruge personoplysninger fra én valgkampagne til en anden valgkampagne, kan det være i orden. Du skal dog overveje:

- om oplysningerne er nødvendige for den nye kampagne,
- om vælgerne har en berettiget forventning om, at du fortsat benytter oplysningerne
- hvad du har oplyst vælgerne om, da du indsamlede oplysningerne
- om karakteren af den fremtidige kampagne kan indebære, at oplysningerne behandles til et andet formål
- hvor længe du har opbevaret oplysningerne, og om oplysningerne fortsat er tilstrækkelige, relevante og korrekte,
- om du er i stand til at opbevare oplysningerne sikkert, og om den fortsatte opbevaring af oplysningerne skaber risici for uautoriseret og/eller utilsigtet offentliggørelse.

4. Tjekliste

Du kan bruge denne tjekliste som rettesnor for, hvilke skridt du mindst skal igennem, når du vurderer, om du overholder databeskyttelsesreglerne:

- 1) **Kortlæg din behandling.** Har du overblik over, hvilke personoplysninger du behandler? Det er første skridt for at kunne overholde databeskyttelsesreglerne.
- 2) **Bestem specifikke formål for din behandling.** Har du fastsat udtrykkelige formål med behandlingen? Dokumenter formålene. De sætter rammerne for, hvad du må med oplysningerne, fx hvilke oplysninger du har brug for at behandle, og hvor længe du skal gemme dem.
- 3) **Følg de grundlæggende principper.** Du må fx ikke behandle flere oplysninger end nødvendigt eller gemme oplysningerne længere end nødvendigt. Du skal kunne påvise, at du følger principperne.
- 4) **Du er ansvarlig for behandling, som andre udfører på dine vegne.** Antag ikke organisationer, der ikke har kendskab til eller overholder databeskyttelsesreglerne.
- 5) **Sørg for, at du har et retligt grundlag for at behandle oplysningerne.**
- 6) **Beslut dig for, om du har brug for at behandle særlige kategorier af personoplysninger.** Du skal i givet fald identificere en undtagelse for at kunne behandle disse.
- 7) **Giv klar og utvetydig information til vælgerne om din behandling af deres oplysninger.** Relevante oplysninger skal gives til vælgerne om, hvem der er ansvarlig, og hvordan de kan udøve deres rettigheder.
- 8) **Sørg for at have gode procedurer for at håndtere anmodninger fra vælgerne vedrørende deres rettigheder.** Det gælder bl.a. retten til indsigt, berigtigelse og sletning. Vælgerne har også muligheder for at gøre indsigelse fx mod e-mails, som de modtager fra politiske aktører.

Databeskyttelsesreglerne i forbindelse med valgkampagner

Udgivet af:
Datatilsynet
Carl Jacobsens Vej 35
2500 Valby
T 33 19 32 00
dt@datatilsynet.dk
datatilsynet.dk

Foto: iStock

Datatilsynet

Carl Jacobsens Vej 35

2500 Valby

T 33 19 32 00

dt@datatilsynet.dk

datatilsynet.dk