

Læringsapps: Hvad betaler du med?

Dataindsamling fra læringsapps til børn



Indhold

1. Resumé	3
2. Indledning	5
3. Metode	7
3.1 Datagrundlag og fremgangsmåde.....	7
3.2 Indsamling og behandling af data.....	8
4. Resultater	9
4.1 Overordnede resultater	9
4.2 Apps købt før og efter download	11
4.3 Samtykkeerklæringer	13
5. Børn og unge – en udsat målgruppe.....	16
6. anbefalinger.....	17
7. Bilag 1: Analyserede apps.....	19

1. Resumé

Følgende rapport er baseret på en analyse af 40 populære betalingsapps med læringsmæssige formål. 20 apps er udvalgt og testet i hhv. iOS- og Android-udgaven. Den primære målgruppe for de udvalgte apps er børn i alderen 0-14 år. De 40 apps er blevet analyseret med henblik på at undersøge omfanget af dataindsamling fra tredjepartstjenester fra betalingsapps efter, at betalingen er gennemført. To typer betalingsapps er blevet inddraget i analysen: 1) en type hvor man betaler for appen, *før* man downloader, 2) en type hvor man betaler for fuld adgang til appen *efter* download, enten ved engangsbetaling eller på abonnementsbasis.

Herudover er der indsamlet information om de analyserede apps' brug af samtykkeerklæringer med henblik på at undersøge, hvordan der indsamles samtykke til dataindsamling på tværs af appsene.

Rapporten ligger i forlængelse af den tidligere rapport *Hvad koster et gratis mobilspil?*, der blev udgivet af Digitaliseringsstyrelsen i marts 2024, hvori tredjepartstjenesters indsamling af data fra 24 gratis mobilspil blev analyseret. Foreliggende rapport udformer sig til dels som en komparativ analyse ved at sammenligne enkelte resultater fra indeværende analyse med resultater fra den tidligere rapport.

De væsentligste indsigter fra rapporten kan opsummeres i følgende overskrifter:

Stor forskel på dataindsamling fra de to typer betalingsapps

Analysen viser, at der er markant forskel på, hvor meget dataindsamling der sker fra de to typer betalingsapps, herunder også hvilke formål der indsamles til. Der bliver således indsamlet data i langt mindre omfang fra de apps, der betales for før download, end fra de apps, der købes fuld adgang til efter download. En konsekvens af dette kan således være, at man som bruger kan ende med at betale for sine apps med både penge og data i de tilfælde, hvor man downloader en gratis version og efterfølgende køber sig adgang til fuld adgang, yderligere funktionaliteter og lignende.

Ingen samtykkeerklæringer, heller ikke hvor der burde være det

Ifølge cookiebekendtgørelsen skal der indhentes eksplicit samtykke fra brugerne, hvis data deles med tredjepartstjenester, der anvender de pågældende data til markedsføring og/eller statistiske formål. Ingen af de analyserede apps har en decideret samtykkeerklæring, fx et cookiebanner, og brugeren har dermed ikke mulighed for at afvise dataindsamling fra tredjepartstjenester. Dette er ikke nødvendigvis problematisk. For de 52,5 pct. af de analyserede apps, hvorfra der enten ikke indsamles data fra tredjeparter, eller kun indsamles til teknisk nødvendige formål, er det ikke lovpligtigt at have et samtykkeerklæring. Der bliver dog indsamlet data fra tredjeparter til brug for enten markedsføring og/eller statistik fra 47,5 pct. af appsene, og disse burde altså ifølge lovgivningen indsamle gyldigt samtykke hertil.

Alle de analyserede apps henvender sig primært til børn og unge i aldersgruppen 0-14 år. Som følge af GDPR gælder der særlige regler for at indhente samtykke fra børn under 15 år, og altså også for målgruppen for de analyserede apps. Udbydere af tjenester henvendt direkte til brugere under 15 år

skal derfor sikre, at der indhentes samtykke fra den barnets værgemyndige. Der skal tages særlige forholdsregler for at sikre dette sker i praksis.

Markant mindre dataindsamling end fra gratis mobilspil

I alt bliver der indsamlet data fra tredjepartstjenester i 27 af de 40 analyserede apps, svarende til 67,5 pct. Fra 19 af de 27 apps indsamles der data fra tredjepartstjenester, der enten har statistik eller markedsføring som formål, dvs. 47,5 pct. Det betyder altså, at der fra over halvdelen af de analyserede apps, nærmere bestemt fra 52,5 pct., enten overhovedet ikke indsamles data fra tredjeparter, eller kun indsamles data, der har teknisk nødvendige formål. Til sammenligning blev der indsamlet data fra tredjepartstjenester, der udelukkende havde direkte markedsføring som formål, fra 100 pct. af de 24 gratis mobilspil, der lå til grundlag for analysen i den tidligere rapport.

En særligt udsat gruppe

Børn er særligt udsat, når det kommer til digitale tjenester, både hvad angår fastholdelsesmekanismer og at være i stand til at gennemskue og forstå, hvad de giver samtykke til. Derfor er det vigtigt, at tjenesteudbydere og -udviklere gør en særlig indsats for at sørge for at indhente et retmæssigt samtykke fra en myndig voksen, i apps udviklet til børn. Tal fra Danmarks Statistik viser desuden, at der udover lovmæssige implikationer også kan være øget kundetilid i at gøre processerne for indsamling af data mere gennemsigtige¹.

Anbefalinger

Det kan være uoverskueligt som bruger at navigere i, hvordan digitale tjenester indsamler og videregiver ens data. Det er samtidigt ikke altid gennemskueligt, da meget dataindsamling er skjult. Den er endda ikke altid tydelig for tjenesteudbyderen selv. Der er dog forbehold, man kan tage, hvis man vil forsøge at minimere datadeling fra apps, både som tjenesteudbyder og -forbruger. anbefalingerne, hvor de tre første er rettet mod forældre og brugere af apps og sidste to mod tjenesteudbydere, gennemgås senere i rapporten.

- Gør dig overvejelser om udbyttet af appen over for konsekvenserne ved dataindsamling
- Det kan betale sig at betale for dine apps, hvis du vil beskytte dine og dine børns data
- Læs afsnittet om privatlivsoplysninger inde i den app store, du benytter dig af, før du downloader
- Vær opmærksom på, at der gælder de samme regler for apps, som der gør for hjemmesider
- Gør dig overvejelser om, hvordan der indhentes samtykke fra tjenester, der henvender sig til børn og unge

¹ IT-anvendelse i befolkningen 2024, Danmarks Statistik

2. Indledning

Skærme er en fast del af de fleste danskeres hverdag, og vi bruger vores devices i stort set alle aspekter af vores liv. I kølvandet på skærmenes indtog, er der en stadigt tiltagende debat om, hvordan vi indretter vores og især vores børns liv med skærmen som fast følgesvend, både i privatsfæren og i offentlige institutioner

Brugen af digitale redskaber som læringsunderstøttende værktøjer er et emne, der ofte er oppe at vende i den offentlige debat. Digital læring er således til stede, både i skolen og hjemmet, hvor samtaler om, hvor meget og på hvilken måde teknologi skal have indflydelse på børns indlæring, fylder. Børn er, også i digitale sammenhænge, en særligt udsat og modtagelig gruppe. Flere af os leder efter måder at gøre vores børns skærmtid bedre og mere indholdsrig på. Mange skoler anbefaler også diverse læringsapps, som kan understøtte den almene undervisning, når børnene ikke er i skole. På baggrund af dette, er der mange forældre der tyr til apps, der har læringsmæssige formål, når børnene sidder med tabletten eller telefonen. Men hvad kan nogle af faldgruberne være, når vi sætter vores barn ned for at blive bedre til alfabetet, regnestykkerne eller noget helt tredje?

I de seneste år er der kommet en øget opmærksomhed på at beskytte børns privatliv, når de bevæger sig i de digitale universer. *Hvis en digital tjeneste er gratis, er du produktet.* Variationer af den sætning har længe indgået i samtalen om online privatliv og virksomheder, der tilbyder gratis tjenester, som fx spil, kan tjene mange penge på at indsamle oplysninger om brugerne og dele dem med tredjepartstjenester.

I marts 2024 udgav Digitaliseringsstyrelsen rapporten *Hvad koster et gratis mobilspil?* I denne rapport, blev der sat fokus på tredjepartstjenesters dataindsamling fra populære mobilspilapps rettet mod børn. Rapporten fremstillede den omfangsrige dataindsamling fra spil, der baserer sig på en gratis forretningsmodel, og pegede på problematikker ved denne praksis, især når det gælder børn og unge.

Indsamling af data fra tredjepartstjenester spiller en markant rolle i den nuværende dataøkonomi, og bruges bl.a. til målrettet marketing på tværs af platforme, hvor annoncer og reklamer kan præsenteres på bestemte tidspunkter, hvor brugeren er mere modtagelig over for markedsføring.

Det er dog vigtigt at understrege, at brugen af tredjepartstjenester langt fra er problematisk i alle tilfælde. Tjenesterne kan optimere brugeroplevelsen af de digitale produkter på mange måder. Men mindst lige så vigtigt er det, at reglerne for dataindsamling fra tredjeparter bliver overholdt. Dette kan fx være at sørge for, at brugerne aktivt giver samtykke til, hvilke data der indsamles og deles om brugeren, hvis formålet ikke er teknisk nødvendigt.

Vi er vant til, at mange digitale tjenester, som vi benytter i vores hverdag, ikke koster noget. I hvert fald ikke penge. Undersøgelsen *IT-anvendelse i Befolkningen 2024*, viser dog, at 33 pct. af danskerne er villige til at betale (mere) for digitale tjenester, hvis det betyder, at der bliver indsamlet færre oplysninger om dem².

Foreliggende rapport har til formål at undersøge, hvorvidt der foregår mindre dataindsamling fra tredjeparter fra læringsapps rettet mod børn, og som der betales for. Dette gør den gennem en analyse af 40 populære læringsapps.

² IT-anvendelse i befolkningen 2024, Danmarks Statistik

Der er talrige aktører, der på hver sin måde interagerer og påvirkes af apps og digitale tjenester, hvorfra der indsamles data fra tredjeparter. I forlængelse af fundene fra analysen opstilles en række anbefalinger. Disse anbefalinger henvender sig til forældre og brugere af digitale tjenester, som ønsker at minimere dataindsamlingen, samt udviklere og tjenesteudbydere, der ønsker klarhed om reglerne på området.

3. Metode

3.1 Datagrundlag og fremgangsmåde

Foruden en undersøgelse af tredjeparters indsamling af data fra læringsapps, er formålet med foreliggende rapport at undersøge, om en forretningsmodel baseret på kontant betaling i højere grad beskytter brugerens data og privatliv. Alle analyserede apps er således betalingsapps, også i de tilfælde hvor der findes en gratis version af appen. Betalingsapps defineres her som apps, der købes direkte i en app store, eller som der købes fuld adgang til, som engangsbetaling eller på abonnementsbasis, efter appen er downloadet. Forretningsmodellerne for de analyserede apps er således enten abonnementsbaseret, freemium eller engangsbetaling.

Resultaterne, der fremlægges i rapporten, er baseret på en analyse af 20 populære apps, der har læringsmæssige formål. Appsene er først blevet udvalgt, og herefter testet i hhv. iOS- og Android- udgaven. Dvs. at der i alt er analyseret 40 apps.

Selvom det i udgangspunktet er "den samme" app, der er blevet analyseret i iOS- og Android-udgaven, er hver app behandlet som en selvstændig, individuel app. Dette er gjort, da der kan være forskel på den måde en app er udviklet på afhængigt af hvilket styresystem, den er udviklet til, og dermed også forskel på, hvor meget og hvilke data en app deler.

iOS og Android er de to mest udbredte styresystemer i Danmark. iOS udgør ca. 61 pct. af den samlede markedsandel, hvor Android udgør ca. 38 pct.³. Det er derfor væsentligt at foretage en analyse af apps udviklet til begge styresystemer.

Den primære målgruppe for de analyserede apps vurderes at være børn i aldersgruppen 0-14. Denne vurdering er foretaget på baggrund af appens indhold, kategorisering i app butikkerne og/eller anmærkninger der findes i Apple App Store, hvor udviklerne selv kan angive hvilken aldersgruppe, appen er udviklet til.

Hver app er blevet brugt i 15 minutter. I løbet af de 15 minutter er så mange af de væsentligste funktioner som muligt blevet brugt. Apps, der er blevet købt abonnement eller fuld adgang til efter download, er blevet testet efter købet er foretaget.

Forretningsmodeller bag mobilspil omfatter mikrotransaktioner, dataindsamling og reklamer, abonnementer samt engangsbetalinger.

Mikrotransaktioner giver spillere mulighed for at købe virtuelle varer med rigtige penge.

Reklamer kan vises som bannere, videoer eller pop-ups, og udviklere tjener penge, når spillere interagerer med dem. I denne forbindelse kan *dataindsamling* bidrage til fx målretning af de viste reklamer.

Abonnementer giver ofte spillere adgang til eksklusivt eller udvidet indhold mod en fast betaling, der ofte fjerner reklamer eller begrænsninger i spillet.

I digitale tjenester, der benytter sig af *engangsbetaling*, betaler brugeren en enkelt gang for at få fuld adgang uden tidsbegrænsning

³ <https://gs.statcounter.com/os-market-share/mobile/denmark/#monthly-202409-202409-bar> – per 07.10.2024

3.2 Indsamling og behandling af data

Data fra iOS er indhentet gennem App Anonymitetsrapport, en indbygget funktion i iOS, der har været tilgængelig på iPhones siden iOS 15.2. Anonymitetsrapporten registrerer netværksaktivitet fra enheden. Herudover registreres også, hvilke tilladelser, såsom adgang til mikrofon eller lokation, der er gjort brug af.

Data fra Android er indhentet gennem TrackerControl. TrackerControl er et open-source værktøj, der bruges til at registrere hvilke trackere, der er indlejret i en apps kildekode, samt hvilke tredjepartsdomæner, der bliver kontaktet, når den pågældende app er i brug.

De to værktøjer adskiller sig fra hinanden, både hvad angår tilgang til indsamling af data, samt hvordan de indsamlede data er struktureret. Hvor App Anonymitetsrapporten registrerer al netværksaktivitet fra enheden i det tidsrum, funktionen er slået til, registrerer TrackerControl aktivitet fra den enkelte app. For at omgå denne forskel, er alle andre apps og programmer på den anvendte iPhone blevet lukket ned, før funktionen blev slået til. Under de 15 minutters test, var det kun den pågældende app, der var åben på iPhone, for ikke at opfange netværksaktivitet fra andre programmer på telefonen. Enkelte kald fra systemapps, der er registreret, er sorteret fra i datarensningen.

Som nævnt registrerer både App Anonymitetsrapporten og TrackerControl de domæner, der er blevet kontaktet af enheden/den pågældende app. For at ensrette sammenligningsgrundlaget, er det disse domænekald, analysen er baseret på. Dermed er der data fra TrackerControl, som er udeladt fra undersøgelsen, da tilsvarende ikke findes i App Anonymitetsrapporten, og omvendt.

De anvendte værktøjer giver ikke indblik i, hvilke specifikke data, der bliver indsamlet eller delt. Hvert domæne, der er blevet indsamlet data fra, er derfor blevet analyseret for at afdække, om kaldet er til en tredjepartstjeneste, hvilket firma, der ejer domænet, samt sandsynliggøre hvad formålet med tjenesten er.

Derudover er der blevet indsamlet data om, hvorvidt der i hver enkel app indhentes samtykke fra brugeren til indsamling af data, samt hvordan dette samtykke er udformet på tværs af de analyserede apps.

4. Resultater

4.1 Overordnede resultater

Cookies og lignende sporingsteknologier opfylder mange forskellige formål (Tabel 1). Dermed er det også forskelligt, hvad formålet med dataindsamling fra tredjeparter kan være. Formålene kan være teknisk nødvendige, statistiske, personalisering og markedsføring. Hvorvidt man skal informere brugeren og indhente samtykke, hvis der indsamles data, afhænger af, hvad formålet med indsamlingen er.

Kend dine formål

Når tjenesteejere bruger sporingsteknologier som cookies på deres tjenester, skal disse kategoriseres efter formål. Dette giver brugerne mulighed for at afgive et mere detaljeret samtykke baseret på de formål, de ønsker at tillade, at deres data bliver brugt til.

Kræver ikke samtykke

Teknisk nødvendige formål

- Sporingsteknologier til teknisk nødvendige formål bruges til at sikre, at tjenesten fungerer korrekt. De anvendes fx til at holde brugere logget ind under deres besøg.

Kræver samtykke

Statistiske formål

- Sporingsteknologier til statistiske formål bruges til at indsamle data om, hvordan brugerne interagerer med tjenesterne. De anvendes f.eks. til at måle antal besøgende, besøgsvarighed og navigationsmønstre på websitet.
- Deres primære formål er at forbedre tjenesterne ved at give indblik i brugernes adfærd og præferencer.

Personaliserede formål

- Sporingsteknologier til personaliserede formål bruges til at tilpasse brugeroplevelsen baseret på individuelle præferencer, såsom sprogindstillinger eller produkter, en bruger har vist interesse for.
- Deres primære formål er at skabe en mere skræddersyet og relevant oplevelse for hver enkelt bruger.

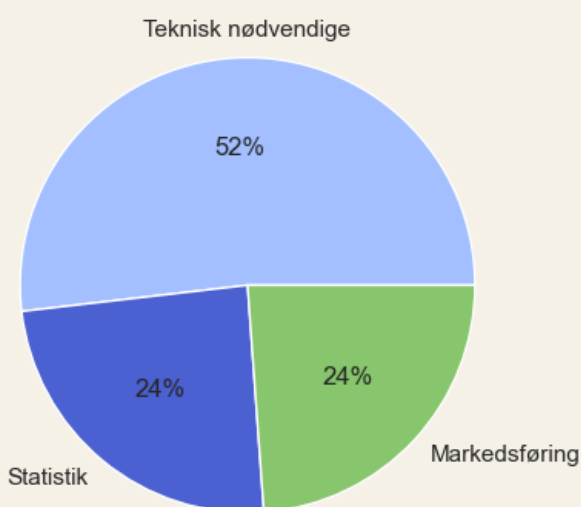
Markedsføringsformål

- Sporingsteknologier til markedsføringsformål bruges til at målrette annoncer og kampagner baseret på brugerens onlineadfærd, og kan fx også følge brugere på tværs af forskellige websites for at optimere markedsføringsindsatsen.
- Deres primære formål er at øge effektiviteten af markedsføring ved at levere mere målrettede og personlige reklamer.

Tabel 1. Formål for sporingsteknologier

Rapporten *Hvad koster et gratis mobilspil?*, som blev udgivet af Digitaliseringsstyrelsen i marts 2024, viste, at der blev indsamlet data fra tredjepartstjenester, der har direkte markedsføring som formål, fra 100 pct. af de analyserede gratis mobilspil. Sammenlignet med disse resultater er der en markant forskel fra de apps, der er analyseret i foreliggende rapport.

Ud af de 40 analyserede apps, indsamler tredjepartstjenester data fra 27 af disse (67,5 pct.). Af denne andel på 27 sker indsamlingen med markedsføring eller statistik som formål i 19 tilfælde (47,5 pct.). Dette betyder altså, at over halvdelen (52,5 pct.) af de testede apps, ikke deler data med tredjeparter eller kun deler data til teknisk nødvendige formål.



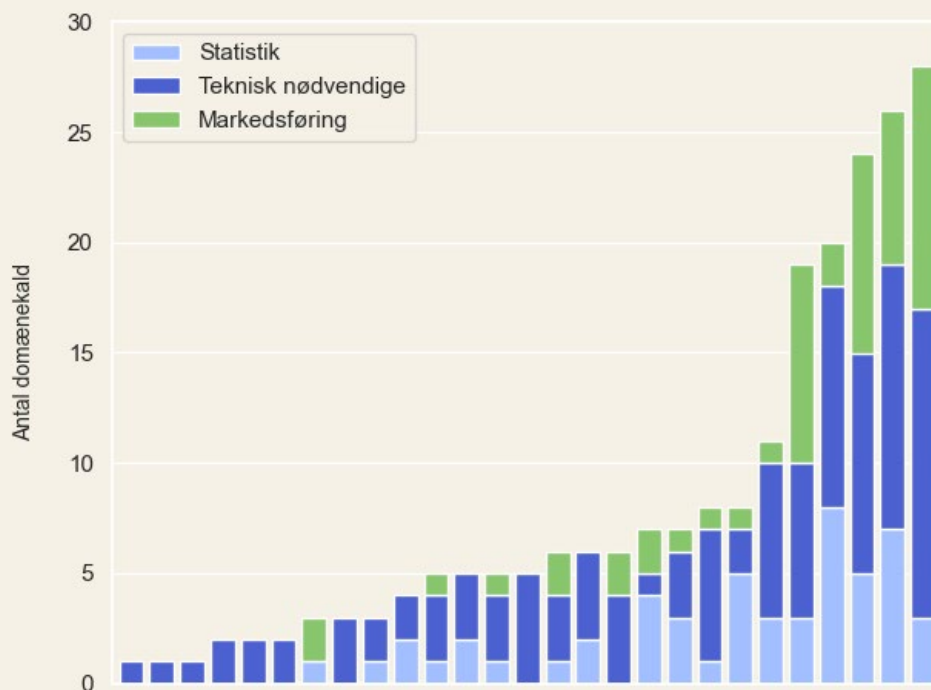
Figur 1. Overordnet fordeling af formål for dataindsamling i pct.

Der er også stor forskel på mængden af domænekald fra de to slags apps. Et domænekald er den forespørgsel en klient (eksempelvis en app), sender til en server for fx at anmode om indhold, billeder eller andre data.

De 27 apps, hvorfra der indsamles data til tredjeparter, foretog, i den tid de blev testet, sammenlagt kun 217 domænekald i alt. Af disse 217 kald er 104 til markedsføring eller statistiske formål. Det er ret få kald, set i lyset af, at alle apps hver især er testet i 15 minutter, dvs. 217 kald sammenlagt 10 timers testtid. Det svarer til, at der i gennemsnit kun sker 1 kald hvert ca. 3 minut. Til sammenligning foretog mobilspillene fra den tidligere rapport sammenlagt mere end 1600 domænekald fra 24 apps.

Forskellen i antal af domænekald er med stor sandsynlighed knyttet til de to forskellige forretningmodeller, som hhv. mobilspillene og læringsapps'ene benytter sig af. De gratis mobilspil er afhængige af indtjening gennem annoncer og reklamer, og foretager derfor i langt højere grad domænekald til tredjeparter (bl.a. for at hente annoncemateriale).

På tværs af de 27 apps, der foretager domænekald til tredjepartstjenester, er der desuden også stor forskel på antallet af kald, der er fra den enkelte app. Antallet svinger fra 1 kald fra den app, der foretager færrest kald til tredjepartstjenester, til 28 kald fra den, der kontakter flest, som illustreret i Figur 2.



Figur 2. Domænekald pr. app differentieret på formål. Hver søjle repræsenterer 1 app

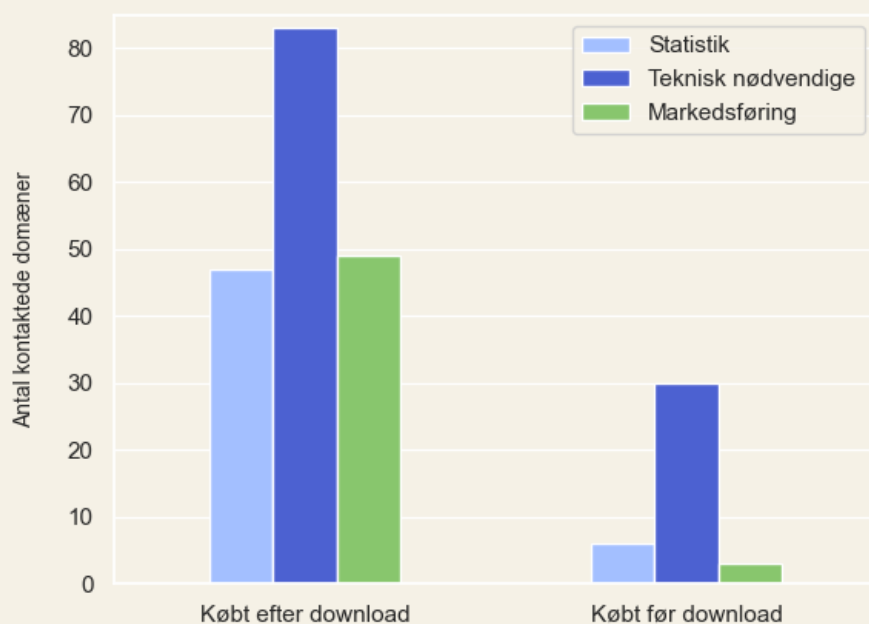
Det samme billede gør sig gældende for de 19 apps, hvorfra der bliver indsamlet data fra tredjepartstjenester, der har markedsføring eller statistiske formål. Her står de 5 apps, hvorfra der indsamles mest data fra tredjeparter, for ca. 62 pct. af den samlede dataindsamling.

Overordnet set er omfanget af dataindsamling til tredjepartstjenester fra de analyserede apps altså langt mindre, end hvad der var tilfældet med de gratis spilapps, der var genstand for den tidligere analyse.

4.2 Apps købt før og efter download

I foreliggende rapport er der testet to typer betalingsapps. Den ene type betalingsapp skal man betale for, inden man kan downloade den til sin enhed. Den anden type købes der fuld adgang til, enten ved en engangsbetaling eller på abonnementsbasis, efter appen er downloadet til enheden.

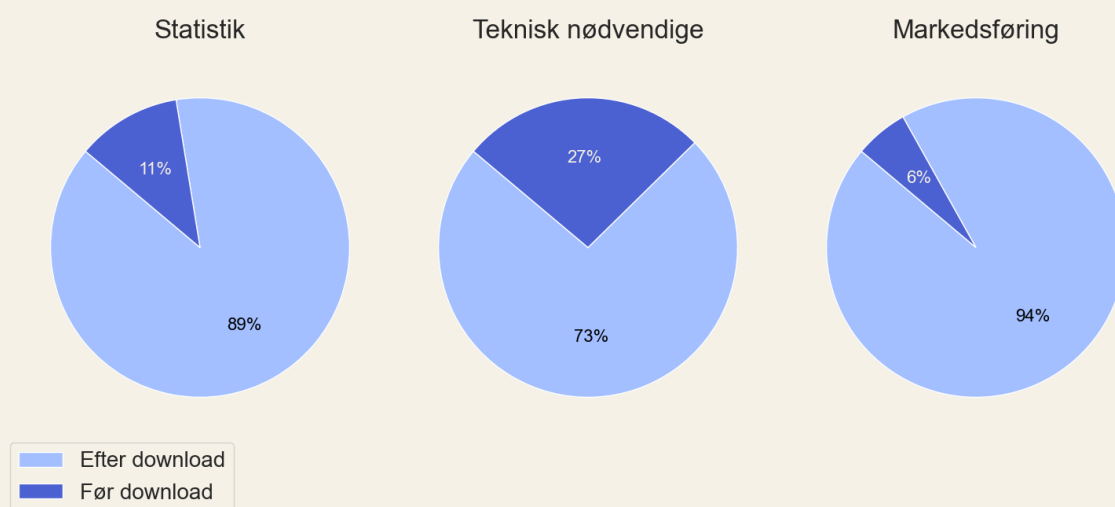
Kigger man på hvilken af disse to typer betalingsapps, der indsamles mest data til tredjepartstjenester fra, er der en markant forskel. Som Figur 2 viser, står de apps, der er købt efter download for størstedelen af domænekald til tredjepartstjenester. Dermed kan det anslås, at der indsamles mere data til tredjepartstjenester fra disse apps, end fra de apps der er købt direkte fra app store.



Figur 3. Samlede domænekald fra apps købt hhv. før og efter download

Herudover er der også markant forskel mellem de to typer betalingsapps, når det kommer til de formål tredjepartstjenesterne indsamler data til.

Af den samlede data, der indsamles, står de apps, der er betalt for efter download, for 94 pct. af den dataindsamling, der har markedsføringsformål. Herudover står de for 89 pct. af den datadeling der bruges til statistik/analyse.



Figur 4. Fordeling af formål for dataindsamling i pct. for apps købt før og efter download

At der er forskel på de to slags apps, er ikke nødvendigvis overraskende. Når der købes adgang til en app efter den allerede er downloadet, er det i bund og grund 'den samme app', man betaler for adgang til. Man henter ikke en ny app ned, som er udviklet eller bygget på en anden måde, og dermed må det anslås, at appen opfører sig på samme måde, som hvis der ikke var betalt for den.

I *Hvad koster et gratis mobilspil?* blev det beskrevet, hvordan apps benytter sig af forskellige forretningsmodeller som indtjeningskilde. Hvor man som bruger ofte 'betaler' med sin data, når en app er gratis, er ideen med en forretningsmodel baseret på betaling, at reklameindhold, og dermed datadeling til tredjepartstjenester med fx markedsføringsformål, er fjernet fra de apps, man betaler penge for.

Analysen af appsene i denne rapport indikerer, at dette i de fleste tilfælde gør sig gældende. Den viser dog også, at der i langt højere grad indsamles data til tredjepartstjenester fra de apps, der benytter sig af en abonnementsløsning, end fra dem, der betales for inden download. Dette gælder også og især tredjepartstjenester, der har markedsføring eller statistik som formål. En konsekvens af denne forskel er, at brugeren kan ende i en situation, hvor de betaler for en app med både penge og data uden at have givet samtykke til, at dataene bruges til markedsføring og/eller statistik.

4.3 Samtykkeerklæringer

Når en app indsamler eller lagrer data på en brugers enhed til formål, som ikke er teknisk nødvendige, er ejeren af appen iht. cookie Lovgivning ansvarlig for at indhente brugerens samtykke hertil.

Fra 47,5 pct. af de analyserede apps, blev der indsamlet data til mindst én tredjepart, der gennem en analyse af domænet, vurderes at have markedsføring eller statistik som primære formål. Disse apps ville altså på denne baggrund ikke være undtaget fra kravet om at indhente samtykke, da disse formål ikke betegnes som teknisk nødvendige.

Ingen af de analyserede apps havde dog et cookiebanner eller tilsvarende. Dermed følger lige under halvdelen af appsene ikke de regler, der er på området.

Der er en gennemgående tendens til, at de apps, hvor betalingen er foregået efter download, har privatlivspolitikken beskrevet sammen med de øvrige forretningsvilkår. Ofte optræder de i forretningsvilkårene, som et link, der fører væk fra appen og ind på en hjemmeside. Ved at placere privatlivspolitikken på denne måde, kan man ikke undgå at acceptere den, hvis man ønsker at købe fuld adgang eller abonnement til appen. Brugeren har altså ikke mulighed for at fravælge de aspekter af dataindsamling, de ikke ønsker. For apps købt i butikken, har privatlivspolitikken ofte været at finde som et punkt i en af app'ens menuer. På denne måde bliver brugeren slet ikke præsenteret for de pågældende apps' privatlivspolitikker og heller ikke muligheden for at fravælge ikke-teknisk nødvendige cookies.

4.3.1 Indhentning af samtykke

Der er krav til, hvordan samtykket skal indhentes, og hvilke informationer brugeren skal præsenteres for (se Tabel 2). Det danske samtykkebegreb i cookiebekendtgørelsen stammer fra ePrivacy-direktivet, og skal følge GDPR's definition på samtykke. I Danmark er det Datatilsynet, som håndhæver GDPR-reglerne samt vejleder herom, hvor Digitaliseringsstyrelsen har ansvar for ePrivacy-området.

Hvad siger reglerne?

Hvis man som tjenesteejer bruger sporingsteknologier til andre formål end rent teknisk nødvendige formål, skal brugerne give samtykke til dette. Nedenfor er kravene til, hvordan man indhenter dette samtykke fra brugerne:

- **Indhent gyldigt samtykke**
Når en bruger besøger en tjeneste, skal de klart og fyldestgørende informeres om, hvilke sporingsteknologier, såsom cookies, der anvendes på tjenesten, hvilke formål de tjener, samt om eventuelle data, der indsamles via disse teknologier, bliver delt med tredjepart.
- **Redegør for sporingsteknologierne**
Tjenesteejeren skal give tydelige oplysninger om, hvilke sporingsteknologier der bruges på tjenesten, herunder formål, udbyder og varighed.
- **Giv mulighed for afslag og tilbagekaldelse**
Brugerne skal have mulighed for at afslå eller ændre deres samtykke, og det skal være lige så let at trække det tilbage, som det var at give det. Det må ikke være nemmere for brugerne at give samtykke end at afslå.
- **Tilpasning af samtykke**
Samtykke skal indhentes til hvert overordnet formål, såsom funktionelle, statistiske eller markedsføringsformål, og ikke ét samlet. Felterne må ikke være afkrydsede på forhånd – brugeren skal aktivt vælge.
- **Opdater oplysninger**
Hvis nye sporingsteknologier tages i brug, skal disse kategoriseres efter formål, og oplysningerne skal opdateres. Brugerne skal informeres, og der skal indhentes nyt samtykke.

Bemærk, at reglerne for sporingsteknologier kun omfatter indsamling og lagring af oplysninger på brugerens terminaludstyr, ikke efterfølgende behandling. Hvis de indsamlede data er personoplysninger, skal behandlingen vurderes i henhold til GDPR. Dette kan kræve separat samtykke til behandling.

Tabel 2. Reglerne for gyldigt indhentning af samtykke

Samtykke indhentes ofte via et såkaldt 'cookiebanner'. For at overholde bestemmelserne i cookiebekendtgørelsen, skal denne efterhånden velkendte pop-up tilbyde information om hvilke formål, der indsamles data til, og give brugeren mulighed for at afvise eller tillade hele eller dele af denne indsamling.

Udformningen af et cookiebanner skal desuden have en neutral meddelelseseffekt, så det ikke er nemmere for brugeren at give samtykke end at afvise. Cookiebannere er efterhånden blevet en velkendt del af vores færden på hjemmesider. Det er dog vigtigt at bemærke, at mobilapps også er omfattet af cookiebekendtgørelsen på lige vilkår med hjemmesider.

4.3.2 Indhentning af samtykke fra børn og unge

Ved informationssamfundstjenester, som henvender sig direkte til børn under 15 år, gælder der særlige regler for, hvordan tjenesteudbyderen skal indhente gyldigt samtykke. En informations-samfundstjeneste er enhver tjeneste, der har et kommercielt sigte, og som leveres online på individuel

anmodning fra en bruger. Dette omfatter blandt andet online spil, e-handelstjenester, sociale medier, og altså også de betalte læringsapps, som analyseres i indeværende rapport.

I tilfælde, hvor tjenesteudbyderen er etableret i Danmark, og hvor tjenesten lagrer eller indhenter information fra brugere under 15 år, skal samtykket indhentes fra indehaveren af forældremyndigheden.

Målgruppen for de analyserede apps er børn i aldersgruppen 0-14 år, og derfor må brugeren også antages at være inden for dette aldersspænd, dvs. under 15 år. Tjenesteudbyderen er derfor forpligtet til at gøre sig rimelige anstrengelser med afsæt i den tilgængelige teknologi for at kontrollere, at barnet udelukkes fra at give samtykke, og i stedet indhente samtykket fra en forældre eller en værge.⁴

⁴ Datatilsynet: Vejledning – Samtykke. [https://www.datatilsynet.dk/Media/0/C/Samtykke%20\(3\).pdf](https://www.datatilsynet.dk/Media/0/C/Samtykke%20(3).pdf)

5. Børn og unge – en udsat målgruppe

Mange apps er udviklet med hjælp fra tredjepartstjenester, og det kan der være mange gode grunde til, at de er. Brugen af tredjepartstjenester kan gøre det nemmere at vise indhold såsom videoer og billeder, indsamle data ved fejl i appen, sende push-notifikationer, eller andre brugbare funktioner, uden at udvikleren skal bygge funktionaliteten fra bunden.

Tredjeparters datahøst er en vigtig komponent i den eksisterende dataøkonomi, hvor den bl.a. bruges til profilering med henblik på markedsføring. Dette gør det muligt at følge den samme bruger på tværs af forskellige online platforme og services, og optimere disse med henblik på at maksimere tiden for fastholdelse af brugeren. Herudover kan denne profilering også bruges til at præsentere reklamer på tidspunkter, hvor det vurderes, at brugeren er særligt modtagelig for markedsføring.

Børn og unge, der bruger mobilapps, er ikke i samme grad som voksne opmærksomme på, hvor meget af det indhold de eksponeres for, der er forsøg på markedsføring. Derudover er de særligt sårbare over for de fastholdelsesmekanismer, som anvendes i mobilapps.

Det er vigtigt, at tjenesteudbydere overholder cookiebekendtgørelsen ved retmæssigt at indhente samtykke fra brugeren, så de er bevidste om, hvorfor og i hvilket omfang, der bliver indsamlet data om dem, og om data bliver indsamlet fra tredjeparter. Derudover er dataindsamling som en del af vores digitale liv, noget vi i stigende grad forholder os kritiske til. 63 pct. af danskerne siger fx, at de på et tidspunkt har fravalgt tjenester eller hjemmesider, fordi de var bekymrede for virksomhedens brug af deres data.⁵

Cookiebekendtgørelsen sætter ikke decideret begrænsninger på brugen af de data, der høstes, men den indskærper vigtigheden af, at brugeren på et oplyst grundlag kan tage stilling til, om de vil give samtykke til indsamlingen eller lagringen af data. I forbindelse med den efterfølgende behandling, er det dog vigtigt at overholde GDPR-reglerne, i det omfang at der er tale om persondata. Dette forhold afspejler sig i danskernes holdning til transparens omkring, hvordan deres data bruges: 79 pct. er delvist eller helt enige i, at det er vigtigt for dem, at virksomheder tydeligt fortæller, om de indsamler data om brugeren med henblik på at tjene penge på dem.⁶ For tjenesteudbydere er der derfor flere grunde til, både i forhold til lovgivning og af hensyn til kundetillid, at gøre forældrene opmærksomme på, hvordan data bruges og til hvilke formål – især når målgruppen er børn under 15 år.

⁵ IT-anvendelse i befolkningen 2024, Danmarks Statistik

⁶ IT-anvendelse i befolkningen 2024, Danmarks Statistik

6. anbefalinger

Apps, herunder særligt læringsapps, kan på mange måder være værdifulde for børn i forhold til fx leg, læring, udvikling og underholdning. De kan hjælpe børn med at forbedre deres færdigheder og give adgang til indhold, der er skræddersyet til deres læringsbehov. Men det er vigtigt at være opmærksom på, at apps – som tidligere fremhævet – i varierende grad også kan indsamle data om børns adfærd og interaktioner med henblik på en eller anden grad af profilering og målrettet markedsføring. Herudover kan det være uoverskueligt og uigennemsigtigt, at skulle orientere sig i og forstå digitale tjenesters cookiepolitikker samt omfanget af deres datadeling.

Herunder følger fem råd du som bruger, forældre eller virksomhed kan forholde dig til, hvis du eller dine børn bruger apps, eller hvis man som virksomhed udbyder apps til børn.

6.1 Forældre og brugere af digitale tjenester

Gør dig overvejelser om udbyttet af appen overfor konsekvenser ved dataindsamling

Når man som forælder i en konkret situation skal vurdere, hvorvidt man ønsker at give samtykke til dataindsamling om ens børn, kan man stå over for spørgsmål som: Hvilke oplysninger indsamles om mit barn? Hvad bruges disse oplysninger til? Og hvad kan konsekvenserne være? Det er i den forbindelse vigtigt at afveje de potentielle fordele ved appen mod de mulige konsekvenser af dataindsamling. Hvilken værdi bringer appen til dit barns læring, og kan disse fordele opnås uden, at der indsamles data til kommercielle formål? Findes der alternativer til den pågældende app, som ikke indsamler data til markedsføring?

Det kan betale sig at betale for dine apps, hvis du vil beskytte dine og dine børns data

Analysen af appsene i foreliggende rapport indikerer, at betalingsapps generelt deler langt mindre data med tredjepartstjenester, end hvad der gør sig gældende for gratis apps. Hvis man gerne vil undgå datahøst, og i øvrigt har mulighed for det, vil det ofte kunne betale sig at betale for sine apps. Især viser analysen, at betaler man for appen direkte i butikken, mindsker man datadeling markant.

Læs afsnittet om privatlivsoplysninger inde i den app store, du benytter dig af, før du downloader

Både App Store og Google Play Store har et afsnit i oplysningerne om hver app, hvor udviklerne kan angive, hvilke data der behandles, og hvordan de bruger dem. I Google Play Store hedder afsnittet Datasikkerhed og i App Store hedder det App-anonymitet. Disse afsnit kan bruges til relativt nem og hurtig orientering ift. dataindsamling og brug. Afsnittene giver et indblik i hvilke data, der indsamles samt om der deles data med tredjeparter og om disse bliver brugt til at spore dig. Du kan bruge disse oplysninger som en hjælp, når du skal beslutte dig for, om du ønsker at downloade den specifikke app, men er i tvivl om hvordan den forholder sig til indsamling af data til tredjeparter. Dog skal det understreges, at det er udviklerne selv, der opgiver disse oplysninger.

6.2 Udviklere og tjenesteudbydere

Vær opmærksom på, at der gælder de samme cookieregler for apps, som der gør for hjemmesider

Er du indehaver af en app, der indsamler eller lagrer data på et device, skal du være opmærksom på, at reglerne for brugen af cookies og lignende teknologier også gælder for apps. Orienter dig i cookiebekendtgørelsen eller i Digitaliseringsstyrelsens cookievejledning⁷, hvis du er i tvivl om hvilke regler, der gælder på området. Som tjenesteudbyder kan det være relevant at sikre sig et overblik over, hvilke tredjepartstjenester, der anvendes i ens tjenester, have en dialog med ens udviklere om at undgå al unødvendig dataindsamling samt indhentning af samtykke, hvor dette er påkrævet.

Gør dig overvejelser om, hvordan der indhentes samtykke fra tjenester, der henvender sig til børn og unge

Falder jeres app ind under definitionen af en informationssamfundstjeneste, som det er tilfældet med de analyserede læringsapps, og henvender jeres app sig direkte til børn og unge under 15 år, skal samtykket i stedet indhentes af en forældre eller en værge, før der må indsamles eller lagres information. Som udvikler skal du derfor foretage rimelige anstrengelser for at sikre et forældresamtykke. I den forbindelse skal man inddrage hensynet til, hvor potentielt indgribende dataindsamlingen er, samt hensynet til den tilgængelige teknologi. På nuværende tidspunkt findes der ikke en perfekt løsning til verificering eller estimering af brugerens alder, eller til at sikre, at samtykke indhentes af en forældremyndighedshavende. Dette undtager dog ikke tjenesteudbydere for deres ansvar. Eksempler på rimelige anstrengelser kunne fx være selvdeklarering af brugerens alder eller kapacitetstest ved at præsentere brugeren for et problem af passende sværhedsgrad. Hvad der konstituerer en rimelig anstrengelse afhænger af, hvor potentielt indgribende i privatlivet, den data der indsamles eller lagres, er.

⁷ <https://digst.dk/sikkerhed/digitale-tilsyn/tilsyn-med-sporingsteknologiomaadet/cookievejledningen/>

7. Bilag 1: Analyserede apps

De følgende apps er udvalgt pr. 28. juni 2024, og danner grundlag for analysen og rapporten:

- Knæk Læsekoden
- King of Math: Hele spillet
- Lær ABC Alfons Åberg – Fulde
- Letrakid Pro Lær ABC Skolespil
- Babblarna
- Dr. Panda Handyman
- Arkæolog Istid Dinosaur
- Toca Boca Hair Salon 2
- Grow Garden: Børnespil
- Pettson's Inventions Deluxe
- Sjove Børnespil: spil for børn (BimiBoo)
- PAW Patrol Academy
- Thinkrolls 2
- Sjove læringsspil for børn (SKIDOS)
- Miniklub Lite
- DuoLingo
- Maneno
- Lingokids – Play and Learn
- LEGO DUPLO World
- Albert Junior: spil for børn

