



■ ■ ■ ■ ■ L I E ■ ■ ■ ■ ■ S T Y ■ E L S E ■ ■

Tredjepartstjenesters udbredelse på danske hjemmesider

September 2023

2023

Resume

Rapporten baserer sig på en analyse af mere end 11.000 .dk-hjemmesiders brug af tredjepartstjenester. Tredjepartstjenester har forskellige funktioner på en hjemmeside, fx at beskytte hjemmesiden mod cyberangreb, lave målrettet annoncering eller at vise cookiebannere. Når en hjemmeside bruger en tredjepartstjeneste, bliver der automatisk sendt data om den hjemmesidebesøgende til tredjeparten, da det er nødvendigt for at tjenesten kan fungere. Men det betyder samtidig, at der er en sandsynlighed for, at tredjepartstjenesten kan bruge denne data til forskellige formål, fx markedsføring, brugerprofilering mv., hvilket kræver samtykke fra brugeren.

Selve analysen er opdelt i fire forskellige kapitler med hvert sit fokus. Afslutningsvis, er der en række anbefalinger til hjemmesideejere, som kan hjælpe dem med at få overblik over hvilke tredjepartstjenester, de selv anvender.

Resultaterne af analysen afspejler de tredjepartstjenester, som hjemmesiden anvender allerede før den hjemmesidebesøgende har forholdt sig til, hvorvidt vedkommende vil give samtykke til brug af cookies og lignende teknologier eller navigeret rundt på hjemmesiden. Rapporten går ikke nærmere ind i, hvorvidt de tredjepartstjenester, der anvendes, kræver samtykke fra brugerne. Det vil således kræve yderligere undersøgelser af resultaterne at vurdere, hvilke tredjepartstjenester, der konkret anvendes til formål, som kræver brugerens samtykke.

Tech-giganter dominerer

Næsten alle de analyserede hjemmesider (97 pct.) bruger som minimum én tredjepartstjeneste og blandt disse hjemmesider, er der særligt to udbydere af tredjepartstjenester, som er meget populære. 88 pct. af de analyserede hjemmesider bruger tredjepartstjenester fra Alphabet, som bl.a. ejer Google og YouTube. Desuden bruges tredjepartstjenester fra Meta, som bl.a. ejer Facebook og Instagram, på 34 pct. af de analyserede hjemmesider. Brugen af tredjepartstjenester fra Meta, skyldes i høj grad at disse hjemmesider bruger Meta Pixel, som bruges til at markedsføre et produkt, fx et par sko, på Facebook, som brugeren allerede har været inde og se på den pågældende hjemmeside.

Tredjepartstjenester fra hele verden, men især USA

Da der kan være forskellige regler og retningslinjer for brug af data i forskellige lande, er det relevant at holde sig for øje i hvilke lande, tredjepartstjenesterne har hjemme. Hvis en tredjepartstjeneste indsamler og bruger data fra ens hjemmeside, risikerer man nemlig, at data ender i disse lande. Næsten alle hjemmesiderne (93 pct.) anvender tredjepartstjenester fra USA, mens 46 pct. af de analyserede hjemmesider anvender tredjepartstjenester fra Danmark. Derudover anvender et mindre antal danske hjemmesider tredjepartstjenester fra lande uden for Europa, som fx Canada, Indien og Kina.

Offentlige danske hjemmesider skiller sig ud

89 pct. af de analyserede offentlige danske hjemmesider anvender mindst én tredjepartstjeneste. Blandt disse, anvender 47 pct. af de offentlige danske hjemmesider tredjepartstjenester fra Alphabet, mens kun 2 pct. af de offentlige danske hjemmesider bruger tredjepartstjenester fra Meta.

Anbefalinger til hjemmesideejere

Som hjemmesideejere kan man gøre følgende hvis, hvis man ønsker at forholde sig til de tredjepartstjenester, som man selv anvender:

- Skab overblik over dine tredjepartstjenester ved at se ned i opbygningen af din hjemmeside.
- Undersøg om det er tredjepartstjenester, som du rent faktisk bruger, og om brugen af dem kræver den besøgendes samtykke.
- Tag stilling til dine tredjepartstjenester. Her kan du undersøge virksomheden bag, og hvordan den forholder sig til emner som fx digital sikkerhed og dataetik.

Indhold

1. Indledning	5
2. Tech-giganter dominerer	11
3. Tredjepartstjenester fra hele verden	18
4. Offentlige danske hjemmesider	21
5. Anbefalinger til hjemmesideejere	26

Indledning

1. Indledning

Det danske samfund og de danske virksomheder er blandt de mest digitale i verden, og udviklingen går kun en vej. Med den stigende digitalisering følger en lang række fordele som innovation, vækst og en større digital tilgængelighed mellem mennesker, virksomheder og myndigheder. Samtidig skaber digitaliseringen og anvendelsen af nye teknologier også udfordringer, som kan være svære at navigere i, for dem som skal anvende teknologierne.

Når man bygger sin hjemmeside, bruger hjemmesideejerne ofte komponenter og tjenester, som tilbydes af tredjeparter. Det kan være videoafspillere, skrifttyper og feeds fra sociale medier, og fælles for disse tjenester er, at de muliggør, at hjemmesider kan skræddersyes efter behov. Omvendt kan man som hjemmesideejere risikere, at der sendes data om ens hjemmesidebesøgende til ejerne bag disse tjenester. Det kan være at svært gennemskue for hjemmesideejeren, hvornår der bliver sendt data, bla. fordi tjenesternes opbygning kan være teknisk komplekse, og de kontraktuelle vilkår kan være svære at forstå. Samtidig kan det være svært at gennemskue, hvem der ejer tredjepartstjenesterne, og der er begrænset viden om, hvorhenne i verden data ender henne.

Metode

Rapporten bygger på analyser af ca. 11.000 hjemmesider, hvor det er blevet undersøgt hvilke cookies, der bliver sat, samt hvilket indhold, som fx billeder, skrifttyper og scripts, der hentes ind på hjemmesiden fra tredjeparter.

Alt dette er registreret straks ved besøg på den pågældende hjemmeside, dvs. før brugeren har foretaget sig noget på hjemmesiden, herunder fx at acceptere eller afslå hjemmesidens brug af cookies og lignende teknologier. Analysen viser derfor ikke, hvilke tredjepartstjenester og tilhørende indhold, der måtte forekomme, når den hjemmesidebesøgende har samtykket eller afvist at give samtykke til brug af cookies eller den hjemmesidebesøgende navigerer rundt på hjemmesiden, fx besøger undersider. Fokus har været på gennemførelse af en stor, repræsentativ undersøgelse, som giver et billede af, hvilke tredjepartstjenester, der anvendes på danske hjemmesider, samt hvor data om de hjemmesidebesøgende ender henne. Analysen fokuserer i overvejende grad på brugen af tredjepartsindhold, som fx billeder, skrifttyper og scripts, og ikke blot tredjepartscookies. Ikke alle tredjepartstjenester fungerer ved brugen af cookies, og det er derfor nødvendigt at se på alt tredjepartsindhold, for at få en mere retvisende indsigt i brugen af tredjepartstjenester.

Analysen viser ikke, hvor meget data den enkelte tredjepart kan få om de besøgende på hjemmesiden. Omfanget af data kan variere afhængig af typen af tredjepartsindhold, og derfor er der heller ikke i rapporten en vurdering af, hvorvidt den brug af tredjepartstjenester, som er identificeret i analysen, er i strid med reglerne

på området. For en udlægning af dataindsamlingens konkrete omfang i dybden kan der fx henvises til rapporten ”*En hverdag af data*”¹, der er udarbejdet af Analyse og Tal på opdrag fra Dataetisk Råd. Rapporten fra Analyse & Tal og Dataetisk Råd fokuserer på mængden og typen af data, som en app kan indsamle om dens brugere, hvorfor den fungerer godt som supplement til denne rapport.

Begreber

Tredjepartstjeneste

En tredjepartstjeneste er en tjeneste fra en ekstern udbyder, som en hjemmesideejer kan anvende i forbindelse med opbygningen af sin hjemmeside. Tredjepartstjenester kan bruges til at levere forskellige ting til hjemmesiden, som fx sikkerhedsforanstaltninger, analyseværktøjer, medieafspillere, billeder og skrifttyper.

Tredjepartsdomæne

Et tredjepartsdomæne er dét domæne, som en tredjepartstjeneste bruger til at levere indhold fra, som fx billeder, scripts og skrifttyper, og i visse tilfælde cookies.

Tredjepartsindhold

Indhold på en hjemmeside, som fx billeder, skrifttyper eller scripts, der indhentes fra et tredjepartsdomæne. Tredjepartsindhold kan også være indhold, som direkte har til formål at indsamle data om den besøgende, som fx pixels.

Cookies og lignende teknologier

Cookies og lignende teknologier, som kan tilgå eller lagre oplysninger på brugerens terminaludstyr, reguleres af cookiebekendtgørelsen. Cookies placeres i den besøgendes browser indtil de slettes eller udløber, og kan bruges af hjemmesider til at huske ting om de besøgende, fx om de har valgt dansk eller engelsk sprog, eller hvordan de bevæger sig rundt på hjemmesiden. Lignende teknologier kan fx være pixels, som sender data om den besøgende tilbage til hjemmesiden selv eller til en tredjepart.

¹ En hverdag af data ([En-hverdag-af-data.pdf \(ogtal.dk\)](#))

Hvad siger reglerne?

Hvis man anvender tredjepartstjenester på sin hjemmeside, skal det ske i overensstemmelse med reglerne i cookiebekendtgørelsen, som er den danske implementering af e-databeskyttelsesdirektivet (ePrivacy), reglerne i databeskyttelsesforordningen (GDPR) og databeskyttelsesloven.

Cookiereglerne stiller krav om, at hjemmesideejeren indhenter samtykke fra den besøgende, inden der anvendes cookies og lignende teknologier, medmindre der er tale om cookies og lignende teknologier til teknisk nødvendige formål på hjemmesiden. Det er vigtigt at huske på, at cookiereglerne kun gælder for selve indsamlingen af oplysninger fra den besøgendes terminaludstyr, fx en computer, tablet eller smartphone. Hvis det drejer sig om personoplysninger, skal behandlingen, som fx hvor data bliver opbevaret og hvad data bliver brugt til, ske i overensstemmelse med GDPR. Hvis der dog er tale om en situation, hvor en bruger selv indtaster oplysninger på en hjemmeside, fx adresse, finder databeskyttelsesreglerne anvendelse allerede her.

Hvad er tredjepartsindhold?

En hjemmeside er dynamisk, og sidens indhold bliver først hentet og indlæst i det moment, at den tilgås. Det betyder, at skrifttyper, billeder, medieafspillere og andet indhold først bliver aktiveret, når en person besøger hjemmesiden. Indholdet kan enten komme fra egen server, eller det kan være fra en ekstern udbyder, dvs. en tredjepart. Hvis indholdet kommer fra egen server, kaldes det førstepartsindhold. Figur 1 viser, hvordan en hjemmeside, når en person besøger den, sender en anmodning om det pågældende indhold (en HTTP-anmodning) til sin egen server, som derefter leverer indholdet til hjemmesiden.

Figur 1: Indhentning af førstepartsindhold



Anderledes foregår det, hvis en hjemmeside henter indhold fra servere, som ikke er dens egne. Her leveres indholdet fra en ekstern virksomhed, dvs. en tredjepart, og der er således tale om ”*tredjepartsindhold*”. Figur 2 viser, hvordan en hjemmeside, når en person besøger den, sender en anmodning om det pågældende indhold (en HTTP-anmodning) til en ekstern server, som derefter sender det anmodede indhold tilbage til hjemmesiden.

Eksempel på data, som indgår i en HTTP-anmodning:

IP: 185.153.154.186

DATE: [14/Jun/2023:15:31:15 +0000]

REQUEST: "GET /tracking_pixel.png HTTP/1.1"

REFERER: "http://hjemmeside.dk/underside"

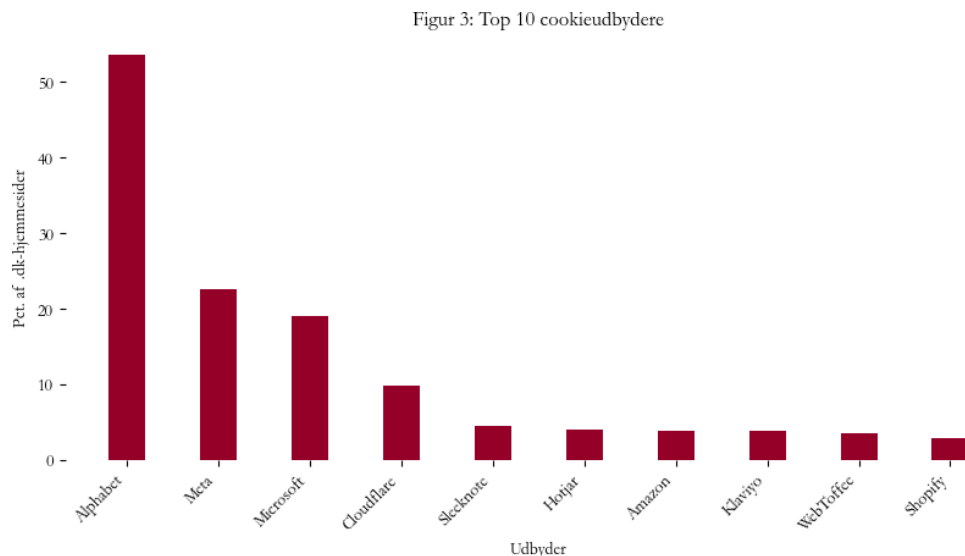
**Tech-giganter
dominerer**

2. Tech-giganter dominerer

Dette kapitel beskriver hvor stor en andel af de danske hjemmesider, som anvender tredjepartstjenester. Dette er først undersøgt ved at se på forekomsten af tredjepartscookies. Det er dog langt fra alle tredjeparts-tjenester, som fungerer udelukkende via traditionelle cookies, og derfor er hjemmesidernes brug af tredjepartstjenester også undersøgt ved at se på andet indhold, som pixels, plugins osv.

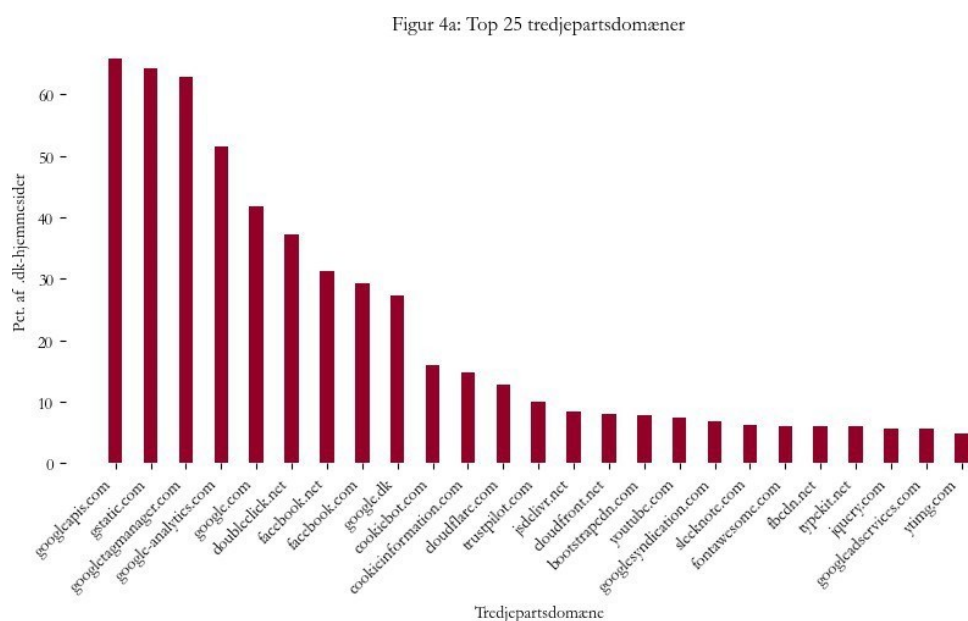
Resultaterne af analysen viser, at 98 pct. af de analyserede hjemmesider som minimum anvender én tredjepartstjeneste. Der er således ingen tvivl om, at tredjepartstjenester i udbredt grad udgør en del af opbygningen af danske hjemmesider.

En del af de tredjepartstjenester, der anvendes, fungerer igennem brugen af cookies. Figur 3 viser de cookieudbydere, som har cookies på flest .dk-hjemmesider. Der findes cookies fra Alphabet (Googles moderselskab) på 54 pct. af hjemmesiderne og cookies fra Meta (Facebooks moderselskab) på 23 pct. af hjemmesiderne.



Det kan være svært at vurdere, hvor omfattende brugen af tredjepartstjenester er, hvis man udelukkende ser på cookies. Det skyldes, at det ofte ikke er muligt at koble specifikke cookies til deres respektive tredjepartstjenester, ligesom det ikke altid er muligt at skelne mellem første- og tredjepartscookies. Derimod, kan man få et bedre overblik ved at se på brugen af andet tredjepartsindhold, som billeder,

scripts (kode) og skrifttyper². Denne slags indhold kan ofte bruges til at give hjemmesiden det ønskede layout, fx billeder og skrifttyper, men kan også bruges til at indsamle data om de besøgende, som kan være tilfældet ved fx pixels. Disse lignende teknologier kan, ligesom cookies, bruges til forskellige formål, som fx cybersikkerhed, statistik og markedsføring. Figur 4a viser de tredjepartsdomæner, som flest .dk-hjemmesider henter indhold fra.

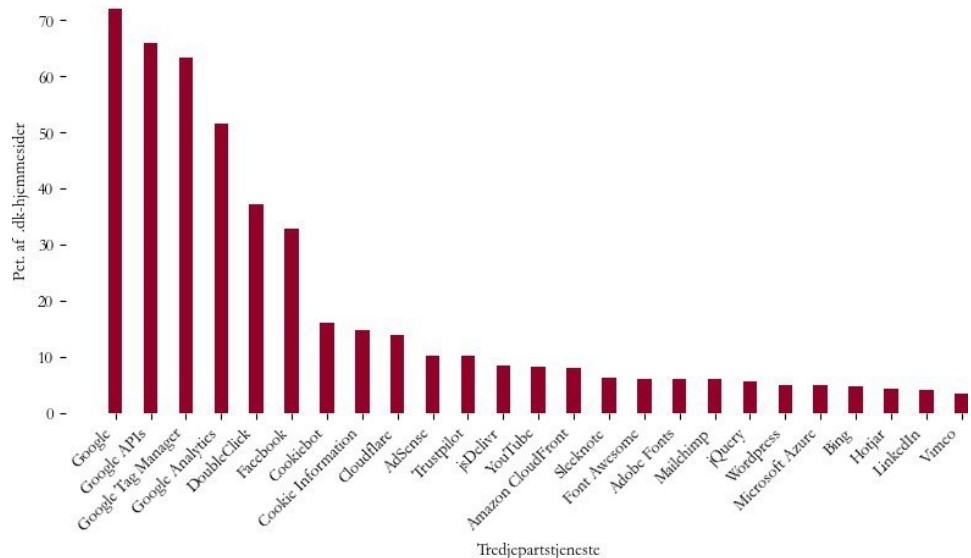


Det er tydeligt, at det er enkelte tredjepartsdomæner, som har en markant udbredelse. Fx er det kun de fire mest anvendte tredjepartsdomæner, som har en udbredelse på over 50 pct. Samtidig er der kun 13 tredjepartsdomæner, som har en udbredelse på over 10 pct. I analysen blev der i alt fundet 4.151 tredjepartsdomæner og oversigten i figur 4a viser således kun de 25 mest anvendte tredjepartsdomæner. Man kan derfor anskue fordelingen af tredjepartsdomæner som en ”lang hale”, hvor få tredjepartsdomæner har en markant tilstedeværelse, men hvor størstedelen af tredjepartsdomænerne har en forholdsvis begrænset udbredelse.

Flere tredjepartsdomæner kan godt være tilknyttet den samme tredjepartstjeneste. Fx er domænerne ”youtube.com” og ”ytimg.com” begge tilknyttet tjenesten, YouTube. Figur 4b viser de tredjepartstjenester, som er anvendt på flest .dk-hjemmesider.

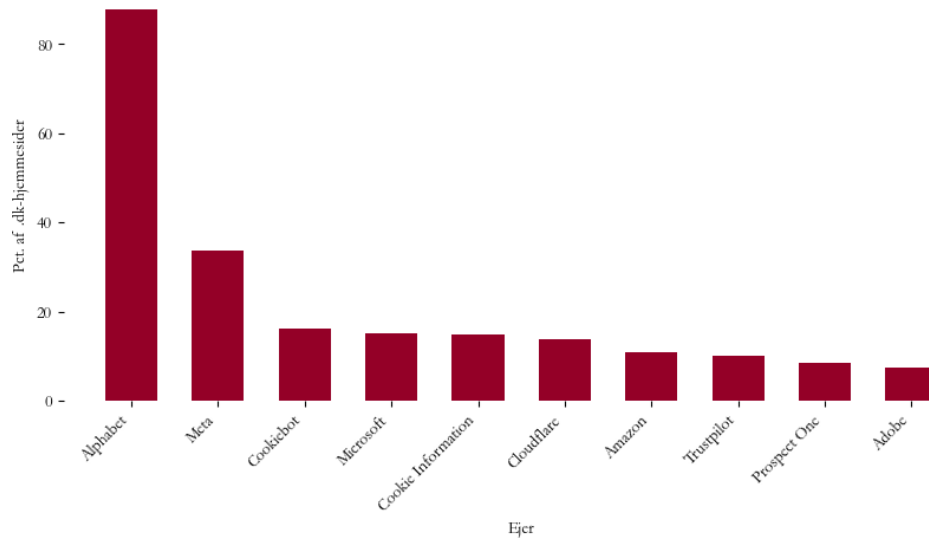
² For forklaringen af overførsel af data om hjemmesidebesøgende ifm. brug af tredjepartstjenester, se Figur 2.

Figur 4b: Top 25 tredjepartstjenester



Tredjepartstjenesterne kan i nogle tilfælde have samme ejer, og det er væsentligt at være opmærksom på, da det betyder, at data fra flere forskellige kilder således kan ende op hos den samme virksomhed. Figur 4c viser de virksomheder, hvis tredjepartstjenester er anvendt på flest .dk-hjemmesider.

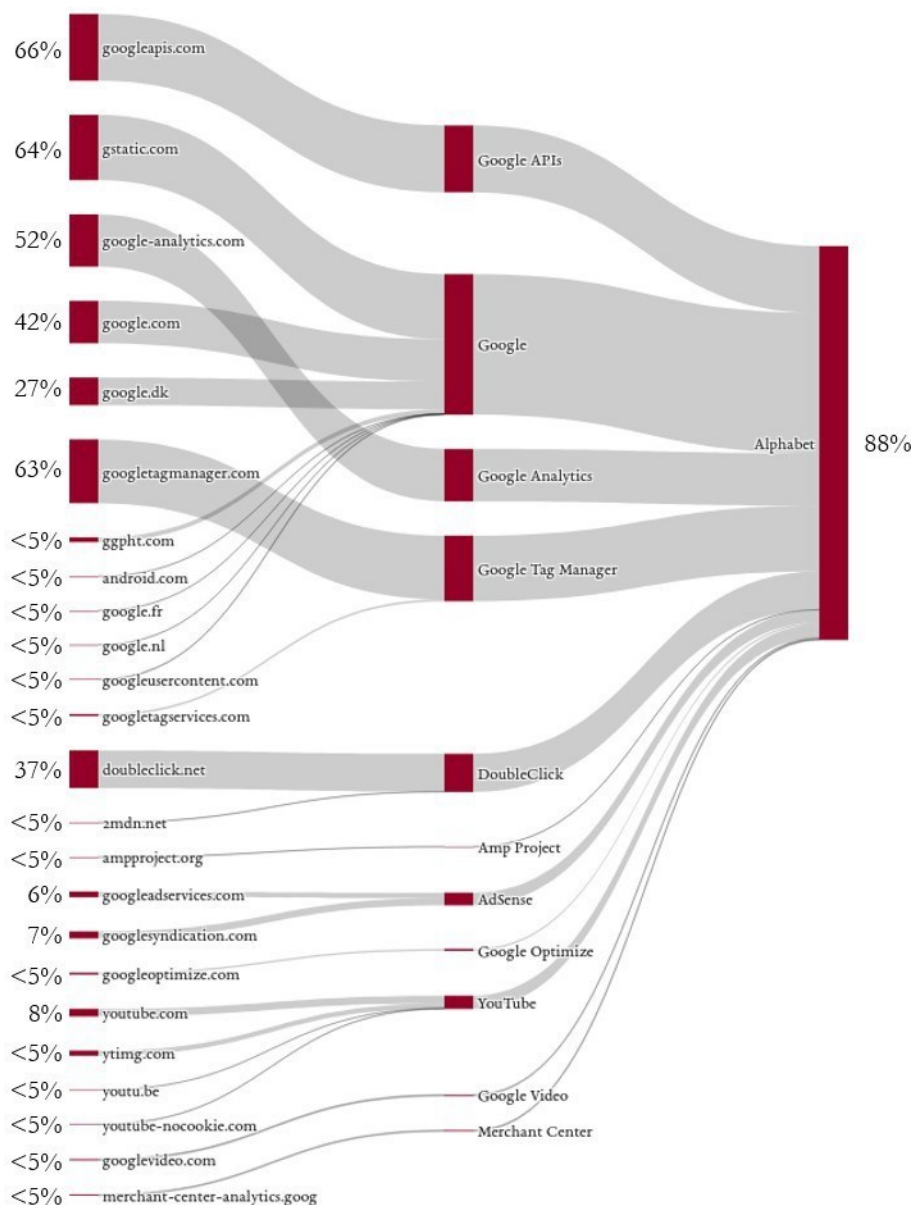
Figur 4c: Top 10 ejere af tredjepartstjenester



Ejerforholdet bag tredjepartstjenester kan være svært at gennemskue for hjemmesideejere, så vel som brugere, fordi den samme virksomhed kan stå bag flere tjenester, som så har tilknyttet indtil flere domæner. Figur 4c viser, at der er to ejere af tredjepartstjenester, som er dominerende, nemlig Alphabet og Meta. Sammenlagt bruges der tredjeparts-tjenester fra Alphabet på 88 pct. af .dk-hjemmesiderne, mens tredjepartstjenester fra Meta bruges på 34 pct. af .dk-hjemmesiderne.

Alphabet er et amerikansk selskab, der bla. ejer Google og driver tjenester som fx Google Analytics, YouTube og DoubleClick. Tredjepartsdomæner og -tjenester tilhørende Alphabet er visualiseret i figur 5a. Det første led viser tredjepartsdomænerne, det andet led viser tredjepartstjenester og det sidste led viser Alphabet. På de analyserede .dk-hjemmesider, gøres der brug af 24 forskellige tredjepartsdomæner, som fordeler sig på 11 forskellige tredjepartstjenester, der alle ejes af Alphabet.

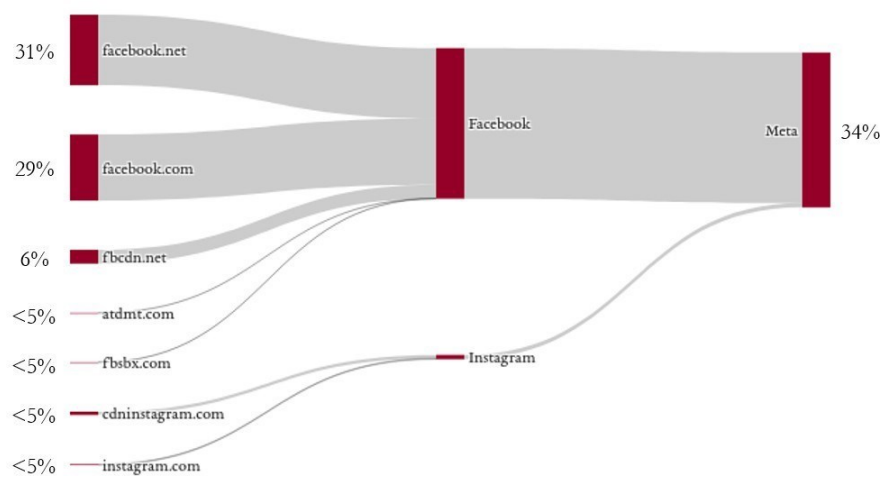
Figur 5a: Forholdet mellem tredjepartsdomæner og tredjepartstjenester fra Alphabet



Det mest anvendte tredjepartsdomæne fra Alphabet, googleapis.com, anvendes på 66 pct. af hjemmesiderne. Samtidig er indtil flere tredjepartsdomæner anvendt på mindre end 5 pct. af hjemmesiderne. Alphabet ejer desuden syv ud af de ti mest populære tredjepartsdomæner på tværs af alle de analyserede hjemmesider (Se figur 4c).

Tredjepartsdomæner og -tjenester tilhørende Meta er visualiseret i figur 5b. Meta er et amerikansk selskab, der bl.a. ejer Facebook og Instagram.

Figur 5b: Forholdet mellem tredjepartsdomæner og tredjepartstjenester fra Meta



Tredjepartstjenester fra hele verden

3. Tredjepartstjenester fra hele verden

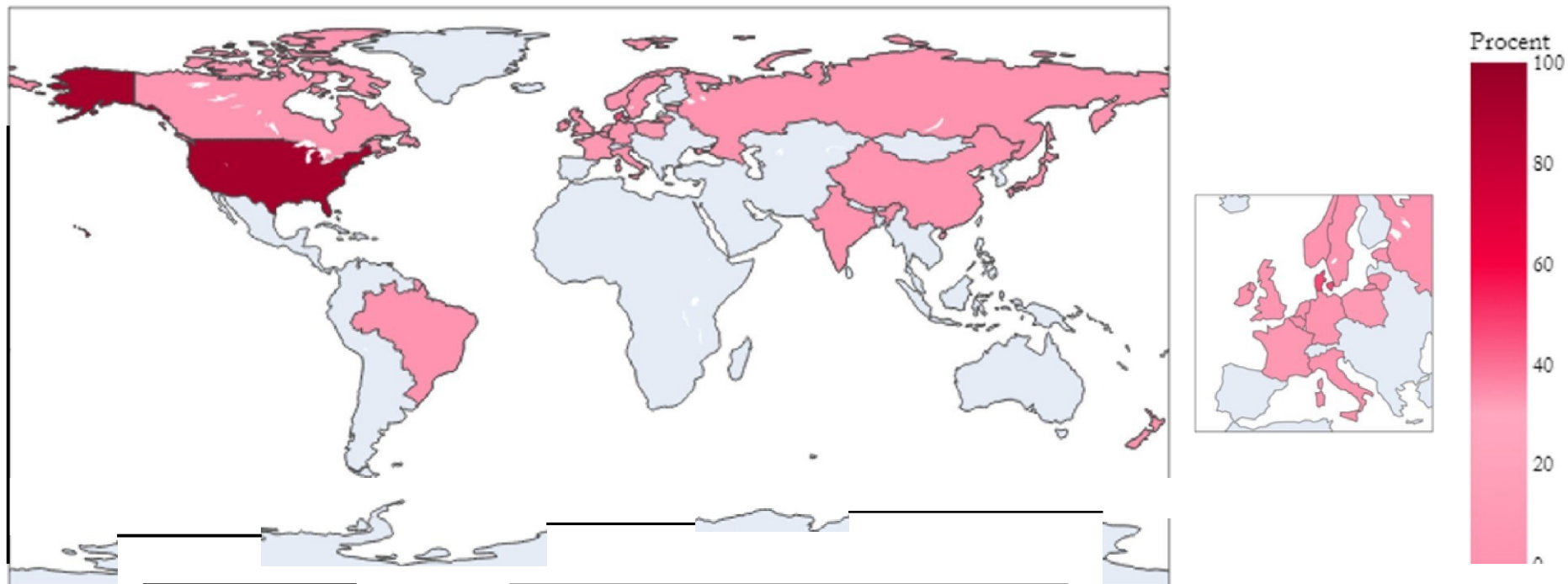
Indtil videre er det beskrevet, hvordan en besøgendes oplysninger kan ende hos en tredjepart, når en person besøger en hjemmeside med indlejede tredjepartstjenester. Det kan sige noget om, hvilke virksomheder oplysningerne ender hos og dermed også hvorhenne i verden, at disse oplysninger ender. Som hjemmesideejer, er det værd at være opmærksom på dette, da der kan være forskellige regler og retningslinjer for brug af data i forskellige lande.

Figur 6 viser hvilke lande, som tredjepartstjenester, der figurerer på de analyserede hjemmesider, kommer fra³. Farven på landet indikerer andelen af de analyserede hjemmesider, som anvender tredjepartstjenester herfra. Jo mørkere farven, jo større andel hjemmesider.

Som det fremgår af figur 6, anvender 93 pct. af hjemmesiderne en tredjepart, der ligger i USA. Dette er dog ikke underligt, når man tænker på, at mange af hjemmesiderne bruger tredjepartstjenester fra Alphabet og Meta, som begge har hovedsæde i USA. Foruden USA, anvender 46 pct. af hjemmesiderne tredjepartstjenester, der ligger i Danmark. Foruden Danmark og USA, bruger en mindre del af hjemmesiderne tredjepartstjenester fra Canada, Israel og Indien.

³ Den fulde oversigt over landene kan findes i bilag II.

Figur 6.: Geografisk placering af redjepariser, der anvendes på .dk-hjemmesider

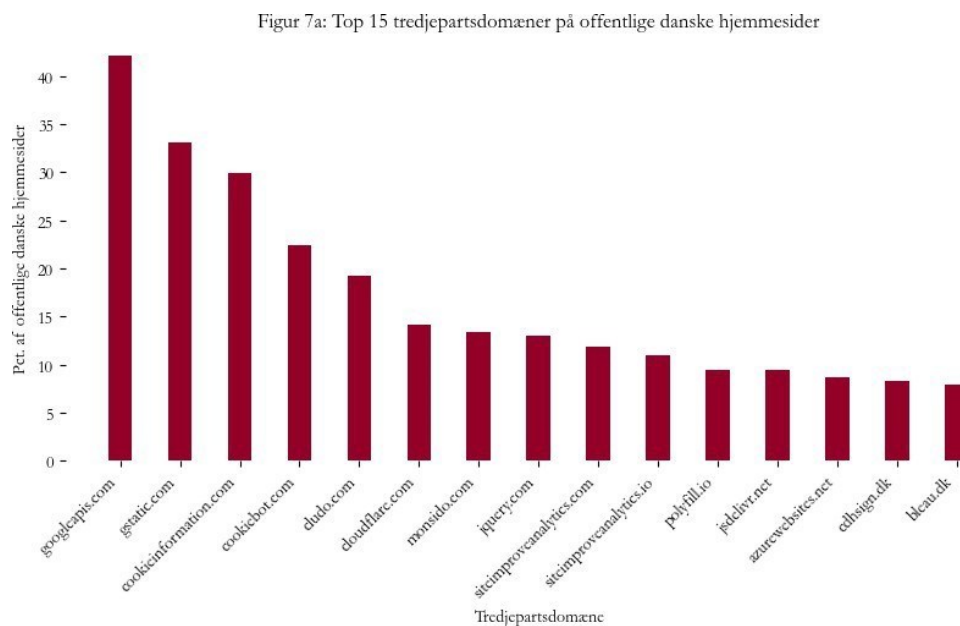


Offentlige danske hjemmesider

4. Offentlige danske hjemmesider

I rapporten er 254 offentlige danske hjemmesider også blevet selvstændigt analyseret. Dvs. resultaterne fra denne analyse ikke indgår i de hidtidige analyser af alle .dk-hjemmesider. Analysen dækker over de respektive hjemmesider for ministerier, herunder myndigheder og styrelser, kommuner og regioner⁴.

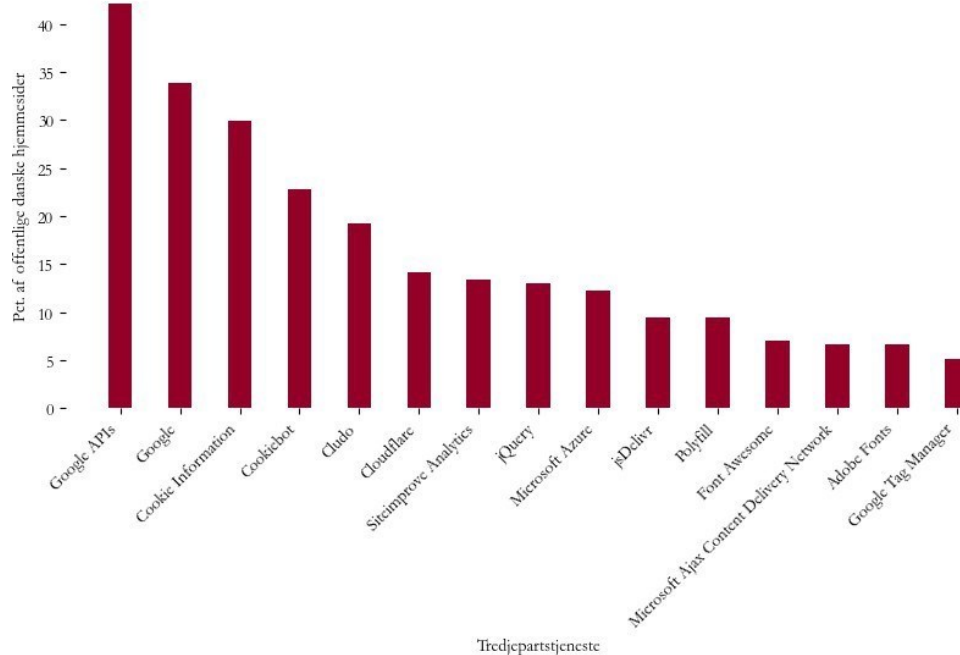
Det er vigtigt, at borgere, så vel som virksomheder, har tillid til offentlige digitale løsninger. Det er derfor væsentligt at undersøge i hvor stort et omfang, at offentlige danske hjemmesider bruger tredjepartstjenester, fordi det potentielt kan medføre en dataindsamling. Ser man på offentlige danske hjemmesiders brug af tredjepartsdomæner, er det tydeligt, at det adskiller sig fra .dk-hjemmesiderne samlet set. Figur 7a viser de tredjepartsdomæner, som flest offentlige danske hjemmesider henter indhold, som fx billeder, skrifttyper, plugins, fra.



Disse tredjepartsdomæner kan knyttes til tredjepartstjenester. Figur 7b viser de tredjepartstjenester, som er anvendt på flest offentlige danske hjemmesider.

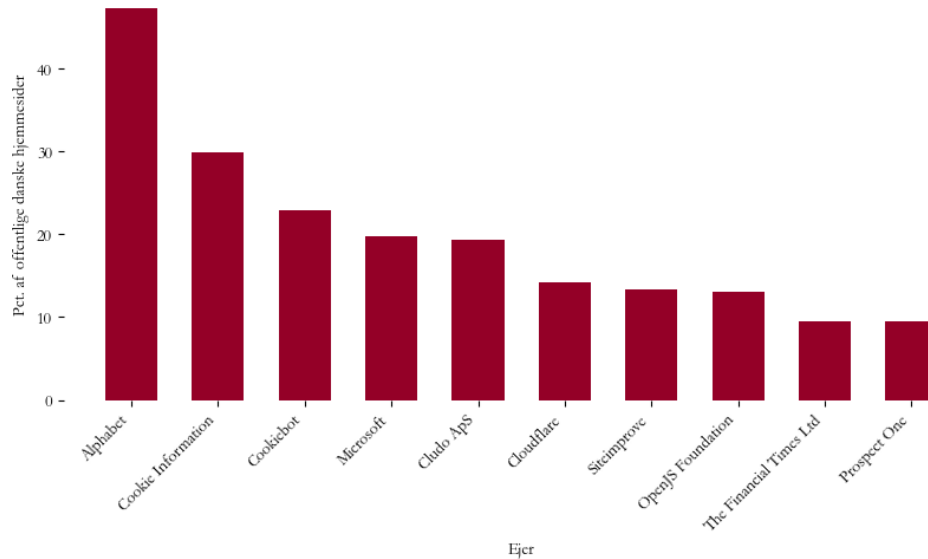
⁴ For beskrivelse af datagrundlag, se Bilag I

Figur 7b: Top 15 tredjepartstjenester offentlige danske hjemmesider



Disse tredjepartstjenester kan i nogle tilfælde have samme ejer. Det er væsentligt at være opmærksom på, da det betyder, at data ender hos den samme virksomhed. Figur 7c viser de virksomheder, hvis tredjepartstjenester er anvendt på flest offentlige danske hjemmesider.

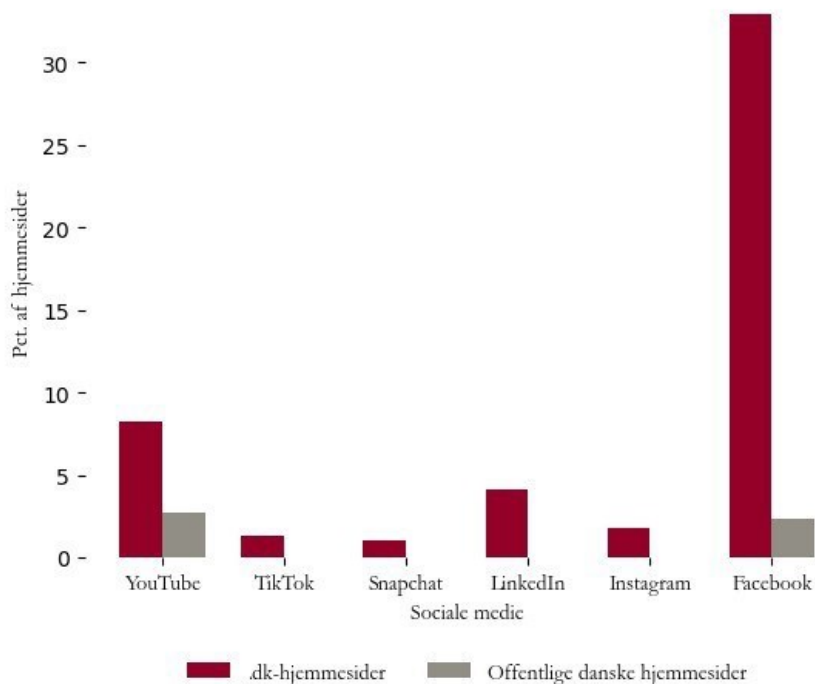
Figur 7c: Top 10 ejere af tredjepartstjenester på offentlige danske hjemmesider



Det illustreres i figur 7c, at Alfabert har den største tilstedeværelse på offentlige danske hjemmesider, ligesom på .dk-hjemmesiderne. Der anvendes tredjepartstjenester fra Alfabert på 47 pct. af de offentlige danske hjemmesider. Det er dog markant mindre end på .dk-hjemmesider samlet set, hvor tredjepartstjenester fra Alfabert optræder på 88 pct. af hjemmesiderne. De offentlige danske hjemmesider har ikke et kommercielt formål ligesom .dk-hjemmesiderne, hvorfor den mindre grad af nogle tredjepartstjenester også bør være forventet. I figur 7b kan man desuden se, at de offentlige danske hjemmesider, sammenlignet med alle .dk-hjemmesider, i nogle tilfælde bruger alternative tredjepartstjenester. Ser man konkret på tredjepartstjenester, der bruges til at analysere hjemmesidetrafik, er Siteimprove, som er en dansk virksomhed, brugt på 13. pct. af de offentlige hjemmesider modsat Google Analytics, der kun er brugt på 2 pct. Det står i kontrast til .dk-hjemmesiderne, illustreret i figur 4b, hvor Google Analytics optræder på 52 pct af hjemmesiderne og Siteimprove slet ikke er blandt de mest anvendte tredjepartstjenester. Siteimprove og Google Analytics leverer begge analyseværktøjer, men har altså en relativ forskellig udbredelse på hhv. offentlige danske hjemmesider og .dk-hjemmesider.

Foruden den generelle brug af tredjeparter, er der også forskel på offentlige danske hjemmesider og alle .dk-hjemmesider, når det kommer til brugen af indhold fra sociale medier, som fx plugins eller pixels. Af de undersøgte sociale medier; Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat og TikTok, er det under 5 pct. af de offentlige danske hjemmesider, der har delt data med førnævnte medier gennem tredjepartstjenester. Sociale medier har generelt en lav udbredelse på både .dk-hjemmesider og offentlige hjemmesider, ud over Facebook. Facebook er at finde på 33 pct. af alle de undersøgte .dk-hjemmesider. Dette er dog ikke overraskende, eftersom tredjepartsindhold fra Facebook anvendes til målrettet markedsføring, hvilket formodentligt er mere relevant for den brede skare af .dk-hjemmesider, som fx e-handelshjemmesider og andre hjemmesider med kommercielle formål, end for offentlige danske hjemmesider.

Figur 8: Indlejrede sociale medier på henholdsvis .dk-hjemmesider og offentlige danske hjemmesider



Overordnet peger resultaterne på, at danske offentlige hjemmesider har en mere begrænset brug af tredjepartstjenester, hvilket kan være et resultat af et ønske om at minimere uhensigtsmæssig dataindsamling. Det er dog vigtigt at huske, at tredjepartstjenester også bruges til formål, som har til hensigt at forbedre både hjemmesiden og den besøgendes oplevelse af den. Det er derfor en fordel at tage hensyn til både hjemmesidens funktionalitet, den besøgendes privatliv, mm., når man skal tilpasse eller bygge en hjemmeside.

Anbefalinger til hjemmesideejere

5. anbefalinger til hjemmesideejere

Analysen har vist, at næsten alle .dk-hjemmesider bruger tredjepartstjenester. Det kan være svært for den enkelte hjemmesideejers at vide, hvem der står bag den tredjepartstjeneste, som hjemmesideejeren bruger eller overvejer at bruge på sin hjemmeside.

Hvis du som hjemmesideejers er i tvivl om, hvordan får overblik over de tredjepartstjenester, som du bruger på din hjemmeside, kan du tage udgangspunkt i disse tre anbefalinger. Det er dog vigtigt at understrege, at selvom man følger disse anbefalinger, skal man som hjemmesideejers stadig efterleve databeskyttelsesreglerne og reglerne i cookie-bekendtgørelsen, herunder krav om fx oplysningspligt og samtykke

Anbefaling 1: Skab overblik over dine tredjepartstjenester

Det første, du kan gøre, er at skabe sig et overblik over hvilke cookies og tredjepartstjenester, som du anvender. Det kan du gøre på flere måder.

Den mindst teknisk krævende og letteste måde at gøre det på, er ved at undersøge det direkte i din browser. Først åbner du den hjemmeside, som du ønsker at tjekke, og derefter klikker du på de tre små prikker øverst i højre hjørne. Derefter vælger du først Flere værktøjer og derefter Udviklerværktøjer. I de fleste browsere, kan du herefter klikke på Application for se hvilke cookies, der sættes, og på Sources for at se hvilke domæner, inkl. tredjepartsdomæner, der hentes indhold fra.

Du kan med fordel gøre dette både før og efter, at du har afgivet dit samtykke til cookies, så du kan få det fulde overblik over dine tredjepartstjenester.

Selvom en hjemmesides forside ofte vil fortælle en del om de tredjepartstjenester, der anvendes på hele hjemmesiden, kan der stadig forekomme tredjepartsindhold, som er indlejret på specifikke undersider. Derfor kan det være en fordel, at du gentager processen på nogle af dine undersider. Det kan være tilfældigt udvalgte undersider, men det kan også være undersider, hvor du formoder eller ved, at der er indlejret tredjepartsindhold, som fx medieafspillere og socialmedie feeds.

Anbefaling 2: Undersøg om tredjepartstjenesten er én, du rent faktisk bruger, og om den kræver samtykke

Når du har dannet dig et fyldestgørende overblik over dine tredjepartstjenester, kan du med fordel gennemgå hver enkelt tredjepartstjeneste, som du bruger. Her skal du først og fremmest se på, om du kan genkende den pågældende cookie, tredjepartsdomænet eller tredjepartsindholdet. Du skal være opmærksom på, at der stadig kan figurere tredjepartstjenester på en hjemmeside, som er brugt af en tidligere hjemmesideadministrator, fordi ansvaret for en hjemmeside kan skifte over tid. Når du gennemgår dine tredjepartstjenester, er det vigtigt at vurdere om det pågældende indhold, kræver den besøgendes samtykke, inden det sættes eller indlæse.

Har du spørgsmål om reglerne?

Vil du anvende tredjepartstjenester på din hjemmeside, er det vigtigt, at du forholder dig til databeskyttelsesforordningen (GDPR) og reglerne i cookiebekendtgørelsen, som er den danske implementering af e-databeskyttelsesdirektivet (ePrivacy).

Hvis du har spørgsmål omkring cookiereglerne, kan du kontakte [Digitaliseringsstyrelsen]. Har du spørgsmål omkring GDPR eller personoplysninger i forbindelse med brug af tredjepartstjenester, kan du kontakte Datatilsynet.

Nærmere vejledning om reglerne kan findes i Datatilsynets vejledning om behandling om personoplysninger om hjemmesidebesøgende, samt Digitaliseringsstyrelsens vejledning om brug af cookies.

Du kan finde kontaktoplysninger på de respektive myndigheders hjemmesider.

Anbefaling 3: Tag aktivt stilling

Når cookies og andet tredjepartsindhold er identificeret, kan du med fordel forholde dig til den bagvedlæggende virksomhed, som ejer indholdet. Det kan du bl.a. gøre ved at stille dig selv nedenstående fem refleksionsspørgsmål⁵.

Refleksionsspørgsmål:

1. Er det muligt at finde ud af, hvem der står bag tjenesten?
2. Er ejervirksomheden forenelig med dine værdier?
3. Hvor er ejervirksomheden etableret?
4. Kan du stole på ejervirksomheden?
5. Har ejervirksomheden et tilstrækkeligt IT-sikkerhedsniveau?

⁵ Disse refleksionsspørgsmål er vejledende og ikke udtømmende.

Bilag

Bilag I - Afgrænsning og datagrundlag

Analysen undersøger udbredelsen af tredjepartstjenester på en udvalgt gruppe af danske hjemmesider (.dk-hjemmesider), som udgør analysens datagrundlag. De danske hjemmesider er udvalgt pba. af deres top-level domæne ".dk". Fx <https://hjemmeside.dk>.

Dette betyder samtidig, at danske hjemmesider med et andet topdomæne, som fx .com eller .org, ikke er medtaget i analysen. Analysen undersøger ikke alle .dk-hjemmesider, men 11.137 af de mest besøgte .dk-hjemmesider, samt 254 offentlige hjemmesider. Hjemmesiderne er undersøgt ved hjælp af analyseværktøjet, WebXray⁶, som kan bruges til at se cookies og andet hjemmesideindhold, som bliver indlæst straks ved besøg på hjemmesiden.

Mest besøgte .dk-hjemmesider

De mest besøgte .dk-hjemmesider er dem, som havde flest besøgende i perioden fra juni til juli i 2022. Dette drejer sig om det samlede antal besøg, og dermed ikke unikke besøg. Den samme person kan således have besøgt en hjemmeside mere end én gang inden for perioden, og i så fald vil hver af disse besøg tælle med.

De hjemmesider, som indgår i analysen, er hentet fra Semrush. Igennem Semrush kan man hente de 500 mest populære hjemmesider i 110 forskellige kategorier. Hjemmesiderne i disse overordnede kategorier er efterfølgende blevet filtreret, så de kun indeholder .dk-hjemmesider. Dette er gjort for at sikre, at det kun er danske hjemmesider, som indgår i analysen. Selve analysen af disse hjemmesider er foregået i juli 2023 og resultaterne i rapporten afspejler derfor situationen på dette tidspunkt. I alt er 11.137 .dk-hjemmesider blevet analyseret.

Offentlige danske hjemmesider

I rapporten er der også en selvstændig analyse af offentlige danske hjemmesider. Disse er udvalgt ud fra dem, der indgår i Digitaliseringsstyrelsens publikation, Det offentlige Danmark 2019⁷. I publikationen findes hjemmesiderne for Rigsfællesskabets ministerier, herunder myndigheder og styrelser, kommuner, samt for partierne i henholdsvis det danske Folketing, det færøske Løgting og det grønlandske Landsting. Kun hjemmesider tilhørende ministerier, herunder myndigheder og

⁶ WebXray på GitHub: <https://github.com/timlib/webXray>

⁷ Det Offentlige Danmark, 2019. Digitaliseringsstyrelsen. <https://digst.dk/media/20240/det-offentlige-danmark-2019.pdf>

styrelser, og kommuner i Danmark er medtaget. Hjemmesiderne for de fem danske regioner er desuden medtaget og derfor er 254 offentlige danske hjemmesider blevet analyseret i alt.

Bilag II – Tredjepartstjenester placering

Geografisk placering for tredjepartstjenester, der anvendes på .dk-hjemmesider.

Rangering	Land	Antal hjemmesider	Procent
1	USA	10343	93
2	Danmark	5172	46
3	Polen	992	9
4	Frankrig	605	5
5	Canada	393	4
6	UK	300	3
7	Tyskland	156	1
8	Kina	149	1
9	New Zealand	129	1
10	Estland	128	1
11	Litauen	106	1
12	Indien	47	<1
13	Belgien	38	<1
14	Holland	37	<1
15	Sverige	29	<1
16	Norge	28	<1
17	Irland	19	<1
18	Italien	8	<1

Rangering	Land	Antal hjemmesider	Procent
19	Singapore	6	<1
20	Rusland	3	<1
21	Japan	1	<1
22	Brasilien	1	<1

digst.dk