

Markedsføring på Internettet

Jan Trzaskowski, Forbrugerstyrelsen

Advokatsamfundet den 6. april 2000

Jan@Trzaskowski.dk

Forbrugerstyrelsen og e-handel

- Forbrugers retsbeskyttelse i grænseoverskridende netværk, EM (1997)
- OECD's retningslinier for forbrugerbeskyttelse ved e-handel (1998-1999)
- Forbrugerombudsmandens forhandlinger om retningslinier for handel og markedsføring på Internettet (1998)
- Pjece om børn, unge og markedsføring, FO (1998)
- Rådsresolution om forbrugerdimensionen i informationssamfundet (1998)
- De nordiske forbrugerombudsmænds fælles holdning til handel og markedsføring på Internettet (1998)
- Kommissionens forslag til direktiv om visse retlige aspekter af elektronisk handel (1998-)
- Forhandlinger om en mærkningsordning for e-handel, EM/FSK (1999-)
- Nordiske spilleregler for markedsføring på Internettet (B&U), NMR (1999)
- Shopping på Internettet, NMR (1999-2000)
- Undersøgelse af markedsføring på Internettet, FO (2000-)

Generelle bemærkninger

- Internet-juraens 1. læresætning
- Teknikneutral lovgivning
 - Gamle problemstillinger - ny relevans
 - Eksempler på retsanvendelse
 - Kaffeautomaten
 - Varig skrift (UfR 1928.340VLK og UfR 1959.40HKK)
 - Radio Mercur (Øresund 1958-62)
- Interessesammenfald
 - Selvregulering
- Advokatens rolle
 - Jura, teknik og forretning

Markedsføringsloven

- Formålet
 - Konkurrencehensyn
 - Forbrugerbeskyttelse
 - Overordnede samfundsinteresser
- Forbrugerombudsmanden
 - Fører tilsyn med markedsføringsloven
 - Udsteder retningslinier, vejledninger mv.
 - Forhåndsbesked
 - Konkrete sager (forhandling)

Markedsføringsloven

- God markedsføringsetik
 - Påtrængende, overrumplende, udnyttende, generende, krænkende eller besværliggørende markedsføring
 - Fortolkningsbidrag
 - Konkrete afgørelser
 - FO's retningslinier, vejledninger mv.
 - Internationale kodeks (e.g. ICC og OECD)
 - Gældende lovgivning

Markedsføringsloven

- § 2 - Vildledning, nedsættende omtale m.v.
- § 3 - Vejledning
- § 4 - Garanti
- § 5 - Forretningskendetegn
- § 6 - Tilgift
- § 7 - Mængdebegrænsning
- § 9 - Lodtrækning og præmiekonkurrencer

Udvalgte emner

- Identifikation
- Information
- Elektronisk aftaleindgåelse
- Forpligtende kommunikation
- Betaling
- Opfyldelse og eftersalgsservice
- E-post og lignende foranstaltninger.
- Databehandling
- Børn og unge

Identifikation

- Af reklame
- Af virksomhed
 - Navn, adresse, etableringsform mv.
- Ansvar for andres markedsføringsmateriale
- Hyperlinks

Information

- Vurdering af ydelse og tilbud
 - Loyal oplysningsforpligtelse
 - Produktets/ydelsens pris inklusive alle afgifter
 - Produktets/ydelsens vigtigste egenskaber
 - Fortrydelsesret, garantier mv.
 - Leveringsbetingelser og normal leveringstid
 - Mulighed for kontakt til den erhvervsdrivende
- Ajourføring og datering

Elektronisk aftaleindgåelse

- Adskillelse
- Alle oplysninger
 - Standardvilkår
- Konsekvenserne skal være klare for forbrugeren
- Ordrebekræftelse (papir eller andet varigt medie)
- Umyndige
 - Arbejde (>15 år), gave, arv eller overladt af værgen
 - Erstatning ved urigtige oplysninger (hvis rimeligt)

Forpligtende kommunikation

- Hvornår?
- Den erhvervsdrivendes håndtering af e-post
- Fremkomst

Betaling

- Udtrykkelig aftale
- Sikkerhed
- Indsigelser
- Forbrugerombudsmandens retningslinier for betalingskort

Opfyldelse og eftersalgsservice

- Hurtig opfyldelse
- Digitale produkter
 - Mangler og transmissionsfejl
- Let reklamationsadgang
- Lidt om reklamation og fortrydelse
 - Ny reklamationsfrist ved omlevering
 - Omlevering til vare af ganske samme art
 - Forældelsesregler ved reparation
 - Ikke gebyr ved lovpligtig fortrydelsesret
 - Tilbagelevering i væsentlig samme stand

E-post m.v.

- Samtykke (opt in)
- Mærkning af spam
- Ikke opfordre til videresendelse
- Vejledning om frameldelse
- Lovforslag om ændring af visse forbrugerlove
 - Opt in for telefax, e-post og aut. opkaldssystemer
 - Telefon (+ undtagelser) - kun forbrugere
 - Opt out for andre fjernkommunikationsteknikker
 - Oplysning om frameldelse
 - Robinson liste (CPR)

Databehandling

- Personhenførbare oplysninger
- Samtykke efter loyal oplysning
- Registerpolitik
- Indsigt og indflydelse
- Forsvarlig opbevaring
- Datawarehousing
- God databehandlingskik

Børn og unge

- Egnet til målgruppen
- Underholdning og reklame
- Belønning for ophold
- Filtrering
- Aftaleindgåelse

Jan@Trzaskowski.dk

Spørgsmål og bemærkninger

Lov- og forumvalg på Internettet

Jan Trzaskowski, Forbrugerstyrelsen

Advokatsamfundet den 6. april 2000

Det store overblik

- Lov- og forumvalg i Cyberspace
- Civilretlige krav
 - Det internationale forumvalg (værneting)
 - Det internationale lovvalg
 - Anerkendelse og tvangsfuldbyrdelse
- Offentligretlige krav
 - Anvendelsesområdet
 - Det indre marked
 - Håndhævelse

Det internationale forumvalg

- Altid sagsøge ved sagsøgtes hjemting
- EF-domskonventionen (Bruxelles) [+ Lugano]
 - Sagsøgtes hjemting
 - Undtagelsesværneting (fakultativt)
 - Opfyldelsesstedets værneting
 - Filialværneting
 - Deliktsværneting
 - Fiona Shevill (saml. 1995.415)
 - Enekompetence (e.g. fast ejendom)
 - Værnetingsaftaler
 - Skriftlig, skriftligt bekræftet eller branchesædvane
- Retsplejeloven
 - Eksorbitante værneting

Det internationale lovvalg

- Haagerkonventionen (løsørekøbeloven)
 - Partsautonomien
 - Sælgers lands lov
- EF-kontraktskonventionen (Rom)
 - Partsautonomien
 - Udtrykkelig aftale eller fremgå med rimelig sikkerhed
 - Den individualiserende metode
 - Den karakteristiske ydelse (realdebitors lov)
- Lovvalg irrelevant ved CISG?
- Uden for kontrakt
 - Skadestedets lov
 - Rom II

Visse forbrugeraftaler

- Lov- og forumvalg (kreditaftaler eller 2 kriterier)
 - Aftaler om værneting og lovvalg
- Objektive faktorer og modtagergruppen
 - Adgang til hjemmesiden
 - Handelsvilkår
 - Sproget
 - Relevans
 - Valg af TLD
 - Serverens geografiske placering
 - Aftaleindgåelse
 - Anden markedsføring
- Aftaleindgåelse (tilbud eller opfordring)

Anerkendelse og tvangsfuldbyrdelse

- Retsplejeloven
- EF-Domskonventionen og Luganokonventionen
- New York konventionen

Offentligretlige krav

- Anvendelsesområdet
 - Disney og Kelloggs
 - Tilgængeligt og relevant
 - Objektive faktorer og modtagergruppen
- Det indre marked
 - Fri udveksling af varer og tjenesteydelser
 - Afsenderlandsprincippet
 - Anvendelsesområdet
 - Hjemlandskontrol
 - Gensidig anerkendelse
 - Koordineret område

Håndhævelse

- Bakker
- Forbudsdirektivet
 - Sagsøge i virksomhedens hjemlandet for overtrædelser der har virkning i andre lande
 - Ingen lovvalgsregel
- IMSN
- Forbrugerombudsmandens forbud
 - Markedsføring i danske medier
 - Proxy-servere
- Købeloven § 76, stk. 1, nr. 2. (civilretlig)

Spørgsmål og bemærkninger

Direktivforslaget om e-handel

Jan Trzaskowski, Forbrugerstyrelsen

Advokatsamfundet den 6. april 2000

Jan@Trzaskowski.dk

Det store overblik

- Anvendelsesområdet
 - Informationssamfundets tjenester
 - Det indre marked
- Afsenderlandsprincippet
 - Hjemlandskontrol
 - Lovvalgsregel?
 - Gensidig anerkendelse
 - Undtagelsesbestemmelse (foranstaltninger)
 - Koordineret område
- Krav vedrørende etablering og oplysninger
 - Godkendelsesordninger
 - Generel oplysningspligt

Det store overblik

- Kommerciel kommunikation
 - Oplysningspligt
 - Salgsfremmende foranstaltninger (gennemsigtighed)
 - Uopfordret kommerciel kommunikation
- Kontrakter, der er indgået elektronisk
 - Ikke hindringer i lovgivningen
 - Oplysningspligt
- Formidleransvar
 - Ren formidling
 - Caching og hosting
 - Generel overvågning

Det store overblik

- Iværksættelse og samarbejde
 - Adfærdskodeks
 - Udenretslig tvistløsning
 - Forbud
 - Samarbejde

Jan@Trzaskowski.dk

Spørgsmål og bemærkninger