

Lektion 9-10: Indretning af e-handelsløsning

Jan Trzaskowski
Copenhagen Business School

IT University of Copenhagen, October 31st and November 7th 2002

Kursusmateriale

- Internetjura p. 277-280, 289-298 og 311-356
- ICC kodeks for reklamepraksis 1997
- ICC Guidelines on Advertising and Marketing on the Internet
- OECD Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce
- Better Business Bureau Code of Online Business Practices
- De nordiske forbrugerombudsmænds standpunkt til handel og markedsføring på internettet

Indretning af e-handelsløsninger

Generelle markedsføringsretlige principper (ICC)

Identifikation

Etablering af kundeforhold

Behandling af personoplysninger

Udsendelse af kommerciel e-post

Information forud for aftaleindgåelse

Elektronisk aftaleindgåelse

Ordrebekræftelse

Fortrydelsesret

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (1/7)

Grundprincipper

- lovlig, sømmelig, hæderlig og sandfærdig
- Social ansvarfølelse
- Må ikke svække tillid til reklame som sådan

Anstændighed

- Må ikke støde an mod fremherskende normer for sømmelighed

Hæderlighed

- Må ikke misbruge forbrugerens tillid
- Eller udnytte manglende erfaring eller indsigt

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (2/7)

Social ansvarlighed

- Må ikke anerkende diskrimination eller nedbryde menneskelig værdighed
- Må ikke spille på frygt
- Må ikke anerkende eller tilskynde til vold eller opfordre til ulovlig eller forkastelig adfærd
- Må ikke spille på overtro

Sandfærdig fremstilling

- Må ikke indeholde noget udsagn eller nogen visuel fremstilling, som direkte eller ved underforståelse, udeladelse, tvetydighed eller overdreven påstand er egnet til at vildlede forbrugeren, navnlig med hensyn til:
 - Egenskaber, oprindelse, holdbarhed mv.
 - Varens værdi og den pris, der betales
 - Returnering, garanti mv.
 - Immaterielle rettigheder
 - Officielle anerkendelser
 - Omfanget af støtte til godgørende formål
- Må ikke misbruge forskningsresultater mv.

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (3/7)

Sammenlignende reklame

- Skal være loyal og ikke vildledende
- Skal bygges på loyal udvælgelse af kendsgerninger, der kan bevises

Nedsættende omtale

- Må ikke virke nedsættende over for nogen organisation, produkt, profession, kommerciel aktivitet mv. ved at skabe foragt, latterliggørelse eller lignende

Erklæringer

- Må kun henvise til erklæringer, hvis de er ægte, kontrollable, relevante og ikke forældede

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (4/7)

Personer og personlig ejendom

- Reference til personer forudsætter tilladelse

Goodwill

- Må ikke snylte på andres goodwill, herunder varemærker mv.
- Må ikke udnytte goodwill, der er opnået ved andres reklamekampagner

Efterligning

- Må ikke efterligne andres reklame på en måde, der er egnet til at vildlede eller fremkalde forveksling

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (5/7)

Identifikation af reklame

- Skal præsenteres således, at reklamen umiddelbart opfattes som sådan

Almen sikkerhed og sundhed

- Må ikke indeholde afbildning eller beskrivelse af farlig virksomhed eller af situationer, som viser tilsidesættelse af almen sikkerhed eller sundhed
 - Medmindre pædagogisk eller samfundsmæssig begrundelse

Børn og unge

- Ikke udnytte manglende erfaring og godtroenhed
- Særlig påpasselig mhp. at indgå vildledning
- Må ikke skade børn og unge mentalt, moralsk eller fysisk ved at bringe dem i fare
- Ikke udnytte sociale værdier eller undergrave forældres autoritet

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (6/7)

Garantier

- Må kun anvendes, hvis forbrugeren gives en væsentlig bedre retsstilling
- Krav til udformning og præsentation

Ubestilte varer

- Forbud mod negativ aftalebinding ved fremsendelse af varer

Miljømæssig adfærd

- ICC reklamekodeks for miljørelateret reklame

www.legalriskmanagement.com

ICC kodeks for reklamepraksis 1997 (7/7)

Ansvar

- Annoncører
 - Det fulde ansvar
- Reklamebureauer
 - Skal udvise største omhu
- Medier
 - Skal udvise behørig omhu

Underbyggelse

- Beviselige fakta skal kunne underbygges
 - Skal kunne fremlægges uden forsinkelse

www.legalriskmanagement.com

Identifikation af markedsføring og virksomhed

Af reklame

- Identifikation af kommerciel kommunikation
- Identifikation af afsenderen
- Reklametilbud og salgsfremmende spil
 - Identifikation, samt klar og utvetydig fremlæggelse af betingelser

Af virksomhed

- Let umiddelbar og vedvarende adgang til oplysninger om:
 - Tjenesteyderens navn
 - Den fysiske adresse
 - Oplysning om e-post adresse eller lignende
 - Eventuelle godkendelsesordninger og tilsynsmyndighed
 - Momsnummer

www.legalriskmanagement.com

Etablering af kundeforhold

God markedsføringskik

- Påtrængende, overrumplende, udnyttende, generende, krænkende og besværliggørende markedsføring

Loyalitetsprogrammer

- Gennemskueligt og rimeligt
 - Hvad skrives med småt?
- Frivilligt
- Særlig varsom ved børn og unge

Husk samtykke til

- Behandling af personoplysninger
- Fremsendelse af elektronisk kommunikation

www.legalriskmanagement.com

Udsendelse af kommerciel e-post (1/2)

Forbud mod uopfordret kommerciel e-post

- Nyhedsbreve
- Autosignaturer, flyttemeddelelser, pressemeddelelser etc.
- Løbende kundeforhold

Krav til samtykket

- Frivilligt, informeret og specifikt
 - "Nye eller forbedrede indlånsmuligheder"
 - "...målrettet information og markedsføring om teleservice fra Telia"
- Interessebank Danmark

www.legalriskmanagement.com

Udsendelse af kommerciel e-post (2/2)

Ikke opfordre til videresendelse

- Tip en ven

Mærkning af kommerciel e-post

Vejledning om frameldelse af nyhedsbreve

Direktiv om behandling af personoplysninger og beskyttelse af privatlivets fred i den elektroniske kommunikationssektor (Direktiv 2002/58/EF af 12. juli 2002)

- Forbud mod udsendelse af aut. opkaldssystemer, fax, e-post med henblik på direkte markedsføring
 - E-mailadresser indhentet i forbindelse med salg
 - Hvis tydelig, let og gebyrfri mulighed for at fravælge ved indsamlingen
 - Kun egne tilsvarende produkter

www.legalriskmanagement.com

Information forud for aftaleindgåelsen

Vurdering af ydelse og tilbud

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

Ajourføring og datering

Oplysninger om organiseret rabat

www.legalriskmanagement.com

Elektronisk aftaleindgåelse (1/2)

E-handelsfonden og den fælles holdning

- Adskillelse - Konsekvenserne skal være klare for forbrugeren
- Fuld klarhed over hvad der bestilles og på hvilke vilkår
- Det skal være klart, hvornår aftale er indgået

www.legalriskmanagement.com

Elektronisk aftaleindgåelse (2/2)

E-handelsdirektivet (e-handelsloven)

- Klar, forståelig og tydelig information om
 - De tekniske led i aftaleindgåelsen
 - Oplysninger om, hvorvidt kontrakten opbevares
 - Muligheder for at rette indtastningsfejl
 - De sprog aftalen kan indgås på
- Hensigtsmæssig korrektionsmuligheder
- Mulighed for at oplagre og gengive aftalevilkår
- Bekræftelse af ordremodtagelsen uden unødigt forsinkelse og elektronisk

Vedtagelse af (lovlige!) standardvilkår

Samtykker til persondatabehandling og kommerciel e-mail

Krypteret kommunikation

www.legalriskmanagement.com

Ordrebekræftelsen

Papir eller andet varigt medium

Indhold

- "Alle" oplysninger
- Betingelser for garantiudsagn mv.
- Tydelig oplysning om fortrydelsesretten
- Adresse til brug for reklamation og klager
- Fremgangsmåde ved udnyttelse af fortrydelsesret

Den automatiske ordrebekræftelse

www.legalriskmanagement.com

Lidt om fortrydelsesretten

Gælder for fjernsalg i forbrugerkøb

- indgået uden at parterne mødes
- Indgået i et system for fjernsalg

14 dage for både varer og tjenesteydelser

- Undtagelser

Løber fra modtagelsen, underretningen eller fra modtagelse af oplysninger efter forbrugeraftaleloven

- Afbrydes ved udførelsen af tjenesteydelser, hvis aftalt

Ikke gebyr ved lovpligtig fortrydelsesret

Tilbagelevering i væsentlig samme stand

- Forsegling ved digitale produkter

Forsendelsesomkostninger

www.legalriskmanagement.com

Questions and comments

More info and newsletter subscription at
www.legalriskmanagement.com

E-mail: **jan@extuto.dk**

www.legalriskmanagement.com