

Grænseoverskridende e-handel

Jan Trzaskowski, advokatfirmaet vonhaller

De europæiske justitsministre vedtog for nyligt den såkaldte Bruxelles forordning, der fastlægger regler for, hvor internationale tvister skal anlægges. Forordningens regler om forbrugertvister blev nævnt i en artikel her i bladet, hvor det bl.a. fremgik at erhvervslivet er utilfreds med, at forbrugerne kan anlægge sager i forbrugerens eget land og ikke skal sagsøge virksomheden, der hvor virksomheden er etableret. [Kronik i Computerworld]

Bruxelles forordningen afløser i nogen udstrækning den tidligere Bruxelles konvention fra 1968, der behandler de samme spørgsmål. Danmark er på grund af det retlige forbehold ikke underlagt reglerne i forordningen, men skal indtil videre holde sig til den gamle Bruxelles konvention. Den nye forordning indeholder en del ændringer i forhold til den oprindelige konvention, men forordningen ændrer ikke fundamentalt ved reglerne om forbrugertvister, selvom det nu fremgår klarere, at reglerne også gælder ved elektronisk handel.

Efter den gamle konvention kan forbrugere som udgangspunkt anlægge sager ved domstolene i forbrugerens eget hjemland, og virksomhederne kan ligeledes kun sagsøge forbrugeren i forbrugerens eget hjemland. Dette forudsætter dog, at der er tale om en kreditaftale eller at virksomheden har markedsført sig i forbrugerens land og at forbrugeren i sit eget land har indgået aftalen. Det kan selvsagt være svært at vurdere, hvortil markedsføring på en hjemmeside er rettet.

Reglerne om forbrugertvister i Bruxelles forordningen er blevet strammet op i forhold til den oprindelige konvention. Forbrugeren skal nu have indgået aftalen via det markedsføringsmateriale (fx en hjemmeside eller en bestillingskupon), der er rettet mod forbrugerens land. Der er endvidere ikke et krav om, at forbrugeren skal være i sit eget land på aftaletidspunktet. Men der er således ikke sket en fundamental ændring af den procesuelle forbrugerbeskyttelse. Der er snarere tale om en nødvendig og hensigtsmæssig modernisering.

Man kan diskutere frem og tilbage om det er mest rimeligt, at virksomhedens skal gå til forbrugerens domstol eller det er forbrugeren, der skal gå til virksomhedens domstol. Diskussionen har dog i høj grad kun akademisk interesse, da det kun er et ubetydeligt fragment af alle internationale forbrugertvister, der havner ved domstolene. Som praktiker er det mere interessant at tage stilling til, hvordan man får løst de tvister, der givet vil opstå ved international elektronisk handel.

Det er vigtigt at holde for øje, at forbrugernes tillid til den elektroniske handel er en afgørende forudsætning for en positiv udvikling af den elektroniske handel

med forbrugere. Derfor er det både i de erhvervsdrivendes og forbrugernes interesse, at eventuelle tvister kan løses hurtigt og effektivt. Internettet giver gode muligheder for effektiv tvistløsning uden domstolenes mellemkomst. Kommission har for tiden stor fokus på dette område, og erhvervslivet bør derfor fokusere mere på at fremme sådanne løsninger end på at afskære forbrugerne fra at kunne gå til domstolene i forbrugers eget land.

De erhvervsdrivende bør ikke betragte forbrugerklager som en barriere for e-handel. Forbrugerklager udspringer typisk af, at forbrugeren enten har ombestemt sig eller er blevet skuffet over det leverede (eller det, der ikke er leveret). Der findes EU regler om fortrydelsesret, og det er derfor helt legitimt at fortryde et fjernsalgskøb i alle EU-lande. Fortrydelse af et antal køb må derfor forudses og indkalkuleres af de virksomheder, der driver e-handel. Det er dog yderst u hensigtsmæssigt, at der på trods af EU-harmonisering fortsat er forskelle i fortrydelsesrettens omfang i de enkelte medlemsstater.

Når det gælder de klager, der udspringer af skuffelser, bør de erhvervsdrivende som udgangspunkt betragte reklamationen som en konstruktiv kritik. Skuffelser opstår sjældent hos den oplyste og velorienterede forbruger. Mange skuffelser kan forebygges ved at den erhvervsdrivende er loyal i sine produktbeskrivelser og fremlægger alle betingelser for købet klart og tydeligt inden aftalen indgås. Desuden bør man naturligvis ikke forsøge at påtvinge forbrugerne urimelige eller ulovlige aftalevilkår.

E-handelsfondens e-mærke, der blev lanceret i begyndelsen af december, har til formål at øge tilliden til den elektroniske handel. Derfor indeholder retningslinierne bestemmelser om, hvordan forbrugeren skal oplyses forud for, under og efter købet. Desuden indeholder retningslinierne et krav om, hvordan den erhvervsdrivende skal håndtere klager og henvendelser om fortrydelse. Hvis forbrugeren oplever, at en reklamation eller fortrydelse bliver behandlet hurtigt og professionelt, er der en større sandsynlighed for, at forbrugeren igen handler hos den samme e-handelsvirksomhed.

Afslutningsvis kan det bemærkes, at forbrugere i Danmark, der handler elektronisk med et betalingskort uden at bruge den personlige identifikations kode, er meget godt stillet, hvis varen fx ikke bliver leveret eller forbrugeren ønsker at udnytte sin fortrydelsesret. I disse tilfælde kan forbrugeren gå til kortudstederen (typisk via banken) og få sine penge tilbageført, uanset om varen er købt i Danmark eller i udlandet. Denne form for forbrugerbeskyttelse er langt mere effektiv og tryghedsskabende end muligheden for at kunne anlægge en sag ved domstolene.