

VIRKSOMHEDSGUIDE TIL REGLER FOR E-HANDEL

Udarbejdet for Erhvervsstyrelsen af Plesner Advokatpartnerselskab



INDHOLDSFORTEGNELSE

KAPITEL I - INTRODUKTION

Side 3

KAPITEL II - INDLEDENDE OVERVEJELSER

Side 5

KAPITEL III - SALGSPROCESSEN

Side 9

KAPITEL IV - EFTER SALGSPROCESSEN

Side 16

KAPITEL V - DIREKTE ELEKTRONISK MARKEDSFØRING, COOKIES OG PERSONDATA

Side 21

KAPITEL VI - MOMS

Side 27

KAPITEL VII - TIPS TIL MERE INFO

Side 30

BILAG 1-5 - QUESTIONNAIRES

KAPITEL I - INTRODUKTION

1 FORMÅL

Denne guide har til formål at gøre det lettere for danske virksomheder at komme i gang med at sælge deres varer og tjenesteydelser online til kunder i andre EU-lande og i Norge. Guiden er målrettet de lande, som danske virksomheder hovedsageligt sælger deres varer og tjenesteydelser i.

Guiden indeholder en kortfattet og overordnet gennemgang af en række af de væsentligste juridiske områder og problemstillinger, som din virksomhed skal være opmærksom på, hvis I ønsker at gå i gang med at markedsføre, dvs. reklamere for, og sælge jeres varer og tjenesteydelser online til kunder i disse lande.

Guiden kan således hjælpe din virksomhed til at blive bedre forberedt på at udvide jeres markedsføring og salg til andre EU-lande og Norge. Guidens overordnede formål er at skabe vækst og beskæftigelse ved at hjælpe danske virksomheder med at øge deres eksport via e-handel.

Reglerne for e-handel i de andre lande er blevet undersøgt med hjælp fra en række forskellige advokatfirmaer i de enkelte lande.

Guiden kan hjælpe din virksomhed med at få et overblik over de relevante regler, men udgør ikke, og kan ikke erstatte, konkret juridisk rådgivning.

2 OPBYGNING OG AFGRÆNSNING

2.1 Guidens udgangspunkt

Guiden er målrettet virksomheder etableret i Danmark, som allerede markedsfører og sælger deres varer og tjenesteydelser online til kunder i Danmark, men som også ønsker at sælge til andre europæiske markeder.

Guiden tager udgangspunkt i en virksomhed etableret i Danmark, som allerede markedsfører og sælger sine varer og tjenesteydelser online til kunder i Dan-

mark, og som nu ønsker at komme i gang med at markedsføre og sælge sine varer og tjenesteydelser online fra Danmark til kunder i et eller flere af de andre lande, som er omfattet af guiden.

De omhandlede lande er Belgien, Finland, Frankrig, Italien, Norge*, Polen, Spanien, Sverige, Holland og Tyskland. Danske virksomheder markedsfører og sælger også ofte varer og tjenesteydelser til kunder i Storbritannien. Storbritannien er imidlertid pga. den nuværende usikkerhed om tidspunktet for Brexit og konsekvenserne heraf ikke medtaget i denne guide. Du kan finde information om opmærksomhedspunkter for virksomheder i forhold til Brexit [her](#).

2.2 Forholdet mellem nationale regler og EU-regler

Selvom mange regler stammer fra EU, er din virksomhed nødt til at sætte sig ind i hvilke regler, der gælder i de lande, som din virksomhed ønsker at sælge sine varer og tjenesteydelser i.

Mange af de regler for e-handel, der gælder både i Danmark og de andre lande, stammer fra EU.

Nogle af reglerne er baseret på EU-direktiver. Direktiverne er implementeret i de enkelte lande som nationale love. Det gælder eksempelvis den danske forbrugerftalelov, som udgør en implementering af forbrugerrettighedsdirektivet. I sådanne tilfælde vil mange af reglerne i de enkelte lande være de samme.

Nogle EU-direktiver fastsætter dog kun minimumskrav til de nationale love, som efterfølgende skal vedtages i de enkelte lande. I så fald kan der gælde forskellige regler i de enkelte lande, selvom de nationale love er baseret på det samme bagvedliggende EU-direktiv. Andre EU-direktiver fastsætter, at der skal gælde de samme regler i alle lande. Men man kan som virksomhed sommetider opleve, at reglerne alligevel bliver anvendt eller fortolket forskelligt i de enkelte lande.



Bretxit-tjekliste

* Selvom Norge ikke er et EU-land, er Norge en del af det Europæiske Økonomiske Samarbejdsområde (EØS) og er derfor ofte alligevel omfattet af EU-reglerne.

Andre regler er vedtaget som EU-forordninger. Forordninger gælder i de enkelte lande på samme måde som de nationale love uden at blive lavet om til national lov, som det er tilfældet med direktiver. Det gælder eksempelvis persondataforordningen (også kendt som "GDPR").

Der findes også regler i de enkelte lande af relevans for e-handel, som ikke udgør eller er baseret på EU-regler.

Hvis din virksomhed ønsker at gå i gang med at markedsføre og sælge sine varer og tjenesteydelser online fra Danmark til kunder i et af de pågældende lande, som er omfattet af guiden, er I nødt til at sætte jer ind i hvilke regler, der gælder i de enkelte lande.

2.3 Afsenderlandsprincippet

Som virksomhed kan du desværre ikke være sikker på, at du er dækket af afsenderlandsprincippet (altså at du kun skal forholde dig til de danske regler, når du fra Danmark sælger til andre EU-lande). Du er derfor nødt til også at forholde dig til specifikke regler i de relevante lande.

Afsenderlandsprincippet, der stammer fra det såkaldte e-handelsdirektiv, indebærer, at hvis man som virksomhed etableret i ét EU-land markedsfører og sælger sine varer og tjenesteydelser online i et andet EU-land, skal man i relation til visse regler alene overholde reglerne i det land, hvor virksomheden er etableret. Det vil sige, at din virksomhed, der er etableret i Danmark, på nogle områder alene vil skulle overholde de danske regler. Dette princip gælder i alle EU-lande.

Rækkevidden af afsenderlandsprincippet er imidlertid ikke afklaret, hverken i Danmark eller i de andre EU-lande. I en lang række tilfælde skal man som dansk etableret e-handelsvirksomhed også overholde en række af de regler, som gælder i de andre lande i EU, man markedsfører sig og sælger sine varer eller tjenesteydelser i.

Guiden behandler derfor ikke, i hvilket omfang en dansk etableret e-handelsvirksomhed som følge af afsenderlandsprincippet skal overholde de i guiden nævnte regler i de pågældende lande, da der ikke kan gives et klart svar herpå i alle tilfælde. De udenlandske advokater, som har bistået med at redegøre for de udenlandske regler, har i stedet alene redegjort for hvilke regler, der gælder i de pågældende lande.

Hvis man som dansk etableret e-handelsvirksomhed ønsker at få foretaget en nærmere vurdering af, i hvilket omfang virksomheden skal overholde hvilke regler i hvert af de pågældende lande, bør virksomheden indhente konkret juridisk rådgivning herom.

2.4 Guidens opbygning

Som bilag til guiden er vedlagt en engelsk beskrivelse af reglerne i Danmark og reglerne i hvert af de enkelte lande. Her kan du finde mere viden om de specifikke regler i de enkelte lande.

Guiden indeholder indledningsvist en gennemgang af nogle af de væsentligste indledende juridiske overvejelser, som en dansk e-handelsvirksomhed bør gøre sig, før I begynder at markedsføre jer og sælge jeres varer og tjenesteydelser i de pågældende lande.

Guiden er herefter bygget op som en "kronologisk" gennemgang af hvilke regler og krav, der gælder før, under og efter indgåelsen af en aftale online.

Under hvert afsnit er der normalt først en beskrivelse af de danske regler efterfulgt af en kort opsummering af, om reglerne i alt væsentligt er de samme i de andre lande, samt nogle eksempler på regler, som adskiller sig fra de danske regler.

Det er med hjælp fra en række forskellige advokatfirmaer i de enkelte lande blevet undersøgt, i hvilket omfang reglerne i de andre lande adskiller sig fra de danske



regler. Som bilag til guiden er vedlagt en engelsk beskrivelse af reglerne i Danmark og reglerne i hvert af de enkelte lande. Du kan i bilaget få et overblik over, hvilke regler din virksomhed skal overholde, når I markedsfører og sælger jeres varer og tjenesteydelser online i de andre lande samt et overblik over, hvilke regler, der er de samme, og hvor der er forskelle, i de andre EU-lande og Norge i forhold til de danske regler.

Da selve guiden som nævnt alene indeholder en overordnet opsummering af og enkelte eksempler fra de forskellige lande, er det nødvendigt at slå op i besvarelsen for det enkelte land, hvis du vil vide mere, da der vil være nuancer, der af hensyn til guidens overskuelighed ikke er medtaget i guidens gennemgang af de enkelte tematikker.

2.5 Afgrænsning

Af hensyn til guidens omfang og overskuelighed omfatter guiden ikke alle regler for e-handel.

Af hensyn til guidens omfang og overskuelighed, omhandler guiden alene de generelle og væsentligste regler vedrørende markedsføring og salg af varer og tjenesteydelser på hjemmesider. Guiden indeholder således ikke en udtømmende gennemgang af sådanne regler.

Guiden indeholder eksempelvis ikke en gennemgang af eventuelle særlige regler vedrørende markedsføring og salg igennem apps på en mobiltelefon.

Guiden omhandler endvidere ikke eventuelle produkt- og tjenestespecifikke regler i Danmark og i de pågældende lande. Regler vedrørende markedsføring og salg af finansielle tjenesteydelser behandles heller ikke i guiden.

Guiden angår derudover kun enkeltstående køb af varer og tjenesteydelser. Guiden vedrører derfor ikke løbende aftaler, herunder abonnementsaftaler.

Der er ved udarbejdelsen af guiden desuden kun taget højde for regler gældende pr. 1. november 2019.

2.6 Online markedsføring og salg til erhvervsdrivende

Din virksomhed skal skelne mellem salg af varer og tjenesteydelser til forbrugere i modsætning til salg til virksomheder. Når din virksomhed sælger til andre virksomheder, kan din virksomhed i vid udstrækning selv fastsætte salgs- og leveringsbetingelserne.

Guiden er målrettet danske virksomheders online salg til forbrugere i andre EU-lande og i Norge. Det skyldes, at salg af varer og tjenesteydelser til virksomheder ikke er reguleret i samme grad som salg af varer og tjenesteydelser til forbrugere. Det er specifikt angivet under de enkelte emner, hvis den pågældende regulering også omfatter din virksomheds online salg til en anden virksomhed.

I de tilfælde, hvor der i lovgivningen er fastsat krav til online aftaler mellem to virksomheder, kan kravene desuden ofte fraviges ved aftale mellem virksomhederne.

Virksomheders rettigheder og forpligtelser ved online salg af varer eller tjenesteydelser vil derfor i de fleste tilfælde være reguleret af aftalen imellem dem, hvilket normalt vil være sælgerens salgs- og leveringsbetingelser.

KAPITEL II - INDLEDENDE OVERVEJELSER

1 VAREMÆRKER OG FORRETNINGSKENDETEGN

Hvis din virksomhed vil bruge sine varemærker og forretningskendetegn (eksempelvis domænenavn) i et andet EU-land eller i Norge, bør I få foretaget en søgning i de relevante varemærkeregistre, på internettet og i relevante selskabsregistre, da en anden virksomhed eksempelvis kan have



rettigheder til det samme varemærke eller kendetegn.

En virksomheds varemærker og forretningskendetegn (herunder domænenavne) har normalt stor betydning for markedsføring af virksomheden og markedsføring og salg af virksomhedens produkter og tjenesteydelser til både forbrugere og andre erhvervsdrivende. Det er også tilfældet ved e-handel.

At din virksomhed har kunnet bruge sine varemærker og forretningskendetegn i Danmark uden at krænke en anden virksomheds rettigheder til eksempelvis identiske eller lignende mærker, er imidlertid ikke ensbetydende med, at det også kan ske i andre lande inden for EU eller i Norge.

Det skyldes, at en anden virksomhed kan have opnået varemærke- eller kendetegnsret til et mærke ved registrering eller brug i nogle EU-lande eller i Norge, men ikke i andre.

Hvis din virksomhed i forbindelse med brug af sine varemærker og forretningskendetegn krænker en anden virksomheds rettigheder i et land, kan den anden virksomhed forbyde din virksomhed at anvende sine varemærker og forretningskendetegn i det pågældende land samt normalt også kræve økonomisk kompensation for den skete brug.

I bør derfor som noget af det første forsøge at sikre jer, at I kan bruge jeres varemærker og forretningskendetegn i de lande, som I påtænker at begynde at markedsføre jer og sælge jeres produkter og tjenesteydelser i, uden at krænke andre virksomheders rettigheder.

Varemærkerettigheder kan i alle EU-lande og Norge stiftes ved registrering enten ved Den Europæiske Unions Kontor for Intellectuel Ejendomsret (EUIPO), for så vidt angår EU-lande, eller ved de nationale varemærkemyndigheder (i Danmark Patent- og Varemærkestyrelsen). Hvis din virksomhed påtænker at begynde at bru-

ge sine varemærker og forretningskendetegn i et andet EU-land eller Norge, bør I derfor få foretaget en søgning i de relevante varemærkeregistre efter varemærker tilhørende andre virksomheder, som kan udgøre en potentiel hindring for jeres brug af jeres varemærker og forretningskendetegn i det pågældende land.

I Danmark kan varemærkerettigheder og forretningskendetegn også stiftes ved ibrugtagning, dvs. ved at det pågældende varemærke blot er brugt i det pågældende land.

Brugsbaserede rettigheder kan også stiftes i en lang række andre EU-lande og i Norge, herunder i Belgien, Finland, Frankrig, Italien, Polen, Sverige og Tyskland (se nærmere under punkt 1.1 i Questionnairet).

Hvis din virksomhed påtænker at begynde at bruge sine varemærker og forretningskendetegn i et land, hvor der kan stiftes rettigheder ved brug, bør I derfor også overveje få foretaget en søgning på internettet og i relevante selskabsregistre mv. efter ibrugtagne varemærker og forretningskendetegn tilhørende andre virksomheder, som kan udgøre en potentiel hindring for din virksomheds brug af sine varemærker og forretningskendetegn i det pågældende land.

Hvis din virksomhed ønsker at kunne forbyde en anden virksomhed at anvende virksomhedens varemærker og forretningskendetegn i de lande, som virksomheden påtænker at markedsføre sig i, bør I også overveje at få registreret jeres varemærker og forretningskendetegn med virkning for de pågældende lande.

2 DOMÆNENAVNE

Nogle lande kræver, at din virksomhed er etableret i landet for at få et nationalt top-level domænenavn (eksempelvis det norske .no).

Hvis din virksomhed påtænker at markedsføre og sælge sine varer og tjeneste-





ydelser online i et andet EU-land og Norge over for såvel forbrugere som andre virksomheder, vil I måske eksempelvis vælge under jeres primære hjemmeside at lave en underside specifikt til det pågældende land (eksempelvis "www.web-shop.com/de", hvis der er tale om Tyskland) eller at registrere et nationalt top-level domænenavn til brug for den pågældende hjemmeside (eksempelvis "www.web-shop.de", hvis der er tale om Tyskland).

I *Danmark* kan alle, dvs. både virksomheder og privatpersoner, uanset om vedkommende har hjemsted eller en adresse i Danmark eller udlandet, efter ansøgning til DK Hostmaster blive tildelt brugsretten til et .dk-domænenavn, der ikke allerede er registreret. En ansøgning om brugsret til et sådant domænenavn skal ske igennem en forhandler af domænenavne.

I visse *EU-lande* og i *Norge* gælder der dog andre krav for at kunne registrere et domænenavn (se nærmere under punkt 2.1 i Questionnairet).

I *Norge* er det således bl.a. en betingelse for en virksomheds registrering af et nationalt top-level domænenavn, at virksomheden er registreret i det norske virksomhedsregister, hvilket forudsætter, at virksomheden har en filial eller er etableret i Norge. I *Spanien* er der ikke krav om etablering i landet, men virksomheden skal have interesser i eller en tilknytning til Spanien. I *Tyskland* er det endvidere et krav, at virksomheden udpeger en repræsentant i Tyskland, der kan modtage dokumenter på virksomhedens vegne, hvis virksomheden ikke selv har en adresse i Tyskland.

3 GENERELLE SPROGKRAV PÅ HJEMMESIDER

Vær opmærksom på, at der i visse lande er krav om, at hjemmesider rettet mod forbrugere og eventuelt virksomheder skal være på det pågældende lands sprog.

I *Danmark* gælder der som udgangspunkt

ingen generelle regler om, at en hjemmeside rettet mod Danmark, hvor der sælges varer og/eller tjenesteydelser til forbrugere og/eller virksomheder, skal være på dansk.

I visse *EU-lande* gælder der imidlertid særlige sprogkrav (se nærmere under punkt 3.1 i Questionnairet).

I *Frankrig* skal al kommunikation på hjemmesider rettet mod Frankrig til forbrugere og virksomheder, der er slutbrugere af produkter, således være på fransk. I *Italien* skal al kommunikation tilsigtet forbrugere bl.a. som minimum være på italiensk, og i *Polen* skal oplysning om varer, der udbydes på en hjemmeside rettet mod forbrugere, være på polsk, ligesom bl.a. information om varens/tjenesteydelsens navn og egenskaber skal gives på polsk.

4 OPLYSNINGSPLIGT PÅ HJEMMESIDER

4.1 Reguleringen i Danmark

I andre EU-lande og i Norge skal din virksomhed give mange af de samme oplysninger på sin hjemmeside, som i Danmark. Der kan dog være yderligere krav til hvilke oplysninger, der skal være tilgængelige, og til hvordan oplysningerne gøres tilgængelige.

E-handelsloven stiller en række krav til hvilke praktiske oplysninger, der skal fremgå af din virksomheds hjemmeside, bl.a. så det er muligt at identificere din virksomhed. Din virksomhed skal på sin hjemmeside oplyse følgende:

1. virksomhedens navn, som det er registreret i CVR-registret,
2. virksomhedens fysiske adresse,
3. virksomhedens emailadresse, eventuelt virksomhedens postadresse, hvis den er forskellig fra virksomhedens fysiske adresse, samt andre oplysninger, der gør det muligt at komme i kontakt med virksomheden (eksempelvis et telefonnummer),
4. virksomhedens CVR-nummer, hvis virksomheden er registreret i CVR-registret,
5. tilhørsforhold til eventuelle godken-



delsesordninger og den relevante tilsynsmyndighed, og

6. hvis virksomheden udøver et lovreguleret erhverv, eksempelvis en tandlæge, skal virksomheden endvidere oplyse om enhver brancheorganisation eller lignende, hvor virksomheden er registreret, erhvervsbetegnelsen og den medlemsstat, hvor den er givet, og henvise til de gældende faglige regler, der gælder for det lovregulerede erhverv, og hvor disse kan findes.

Oplysningerne skal være let tilgængelige, og der skal være vedvarende adgang til dem. Oplysningerne skal gives samlet, eksempelvis på forsiden, eller findes via et link på forsiden til en underliggende side med din virksomheds kontaktoplysninger. Dette gælder både ved salg til forbrugere og virksomheder.

4.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande og Norge* skal der gives mange af de samme oplysninger på din virksomheds hjemmeside. I visse lande skal der dog også gives visse yderligere oplysninger (se nærmere under punkt 4 i Questionnairet).

I visse lande har virksomheder eksempelvis både et registreringsnummer og et momsnummer, som virksomheden skal oplyse. Det er tilfældet i *Belgien, Finland, Frankrig, Italien, Sverige, Holland og Tyskland*.

I *Frankrig og Polen* skal der eksempelvis også oplyses om en virksomheds aktiekapital, og i *Tyskland* skal der også oplyses om ejeren af virksomheden.

I *Frankrig* skal oplysningerne derudover være tilgængelige fra alle undersider på virksomhedens hjemmeside.

Endvidere er det i *Tyskland* et krav, at de påkrævede oplysninger på hjemmesiden gives på en underside (benævnt "*imprint*" eller lignende), der maksimalt må være to klik væk fra alle sider på virksomhedens hjemmeside.

5 GEOBLOCKING

Vær opmærksom på, at din virksomhed hverken må blokere eller begrænse adgang til virksomhedens danske hjemmeside, omdirigere en kunde uden samtykke til en anden udgave af hjemmesiden eller nægte at sælge en vare til en forbruger i et EU-land på grund af kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted.

Selvom det er begrundet i et ønske om at skræddersy din virksomheds tilbud til kundernes behov, gælder der særlige regler om forskelsbehandling af kunder på baggrund af kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted. Disse regler er fastsat i Geoblockingforordningen, der er relevant at kende til ved e-handel i EU.

Geoblockingforordningen indebærer, at din virksomhed ikke uberettiget må forskelsbehandle kunder fra andre EU-lande på grund af kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted. Forordningen finder anvendelse på slutbrugere, det vil sige forbrugerkunder såvel som erhvervs-kunder.

Geoblockingforordningen indebærer endvidere, at kunder fra andre EU-lande skal kunne købe varer og tjenesteydelser på din virksomheds hjemmeside på samme vilkår, som danske kunder i de nedenstående situationer.

Din virksomhed må ikke blokere eller begrænse en kunde fra et andet EU-land adgang til din virksomheds danske hjemmeside på grund af kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted. Din virksomhed må således ikke blokere adgangen til den danske version af hjemmesiden, hvis en fransk forbruger eksempelvis forsøger at komme ind på denne version af din virksomheds hjemmeside. Din virksomhed må heller ikke anvende forskellige handelsbetingelser afhængigt af kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted.

Din virksomhed må samtidig ikke omdirigere en kunde fra et andet EU-land fra én udgave af virksomhedens hjemmeside, som en kunde fra et andet EU-land forsøgte at få adgang til, til en anden

udgave af din virksomheds hjemmeside, der eksempelvis anvender et andet sprog eller har andre priser, der er målrettet kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted, uden at kunden giver udtrykkeligt samtykke til det. Din virksomhed må således ikke uden samtykke omdirigere en kunde fra den danske version af hjemmesiden, til en version af hjemmesiden, der anvender et andet sprog eller andre priser.

Geoblockingforordningen indebærer også, at din virksomhed ikke må nægte at sælge en vare til en forbruger i et EU-land, som virksomheden ikke tilbyder levering til. Din virksomhed er dog ikke forpligtet til at stå for levering til det pågældende EU-land, og forbrugeren må i så fald benytte en leveringsadresse i et af de lande, som virksomheden leverer til, eller selv arrangere afhentning af varen.

Din virksomhed må ligeledes ikke behandle betalingsløsninger forskelligt på grund af kundens nationalitet, bopæl eller hjemsted, betalingskontoens placering eller betalingstjenesteudbyderens hjemsted eller betalingsinstrumentets udstedelsessted. Din virksomhed er dog ikke forpligtet til at acceptere betalingskorttyper, som I ikke allerede accepterer.

KAPITEL III - SALGSPROCESSEN

1 INDLEDNING

Når din virksomhed sælger varer og tjenesteydelser online, både i Danmark og i andre EU-lande og i Norge, er din virksomhed forpligtet til at give en lang række oplysninger før, under og efter aftalens indgåelse.

2 GENERELLE OPLYSNINGSPLIGTER FORUD FOR AFTALENS INDGÅELSE

Når din virksomhed lever op til de danske regler om oplysningspligter forud for indgåelse af en aftale, er du allerede godt på vej. Der kan dog være supplerende krav i de enkelte lande, som du skal være opmærksom på, eksempelvis i Frankrig, hvor virksomheden også skal give oplysning om

muligheden for at klage til en Forbrugerombudsmand.

2.1 Reguleringen i Danmark

Ifølge e-handelsloven skal en virksomhed, der sælger produkter og/eller tjenesteydelser til forbrugere (og/eller virksomheder, med mindre andet er aftalt), give en række oplysninger, inden forbrugeren afgiver sin ordre.

Oplysningerne skal gives klart, forståeligt og tydeligt.

Din virksomhed skal oplyse:

1. de forskellige tekniske led i forbindelse med aftaleindgåelsen, så kunden kan se, om kunden eksempelvis er ved at putte varer i kurven, ved at vælge leveringsform eller ved at betale,
2. hvorvidt virksomheden opbevarer kontrakten, og om kunden kan få adgang til kontrakten,
3. de tekniske hjælpeværktøjer, som kunden kan anvende til at finde og rette indtastningsfejl (eksempelvis på en opsamlingside ved afslutningen af købet),
4. de sprog, som aftalen kan indgås på, og
5. eventuelle relevante adfærdskodeks, som virksomheden er tilsluttet, og hvor disse kan findes elektronisk.

Der gælder efter forbrugeraftaleloven derudover en række krav til hvilke oplysninger, din virksomhed skal give forbrugeren forud for indgåelsen af en aftale (det er dog ikke i alle online forbrugeraftaler, at oplysningskravene skal overholdes). Hvis oplysningskravene ikke bliver fulgt, kan din virksomhed miste nogle rettigheder over for forbrugeren. Eksempelvis kan din virksomhed ikke opkræve udgifter af forbrugeren, som ikke er oplyst inden salget.

Oplysningerne, som din virksomhed skal give forbrugeren, bliver en del af aftalen mellem din virksomhed og forbrugeren. De oplysninger, som din virksomhed skal give forud for aftalens indgåelse, skal



være klare, forståelige og letlæselige.

Oplysningerne, som din virksomhed skal give efter forbrugeraftaleloven, skal endvidere gives på dansk, hvis markedsføringen af den pågældende vare eller tjenesteydelse har været på dansk.

Din virksomhed skal senest ved bestilingsprocessens begyndelse klart og letlæseligt oplyse, om der er leveringsbegrænsninger, og hvilke betalingsmidler, forbrugeren kan anvende ved køb på din virksomheds hjemmeside.

Din virksomhed skal derudover give forbrugeren nedenstående oplysninger, inden forbrugeren accepterer aftalen:

1. varens og tjenesteydelsens vigtigste egenskaber (denne oplysning vil normalt fremgå det sted, hvor varen eller tjenesteydelsen er præsenteret),
2. virksomhedens navn, adresse, e-mailadresse og telefonnummer (se også ovenfor i kapitel II, afsnit 4.1),
3. navn og adresse på den virksomhed, der handles på vegne af, hvis det er relevant,
4. den samlede pris for varen eller tjenesteydelsen, inklusiv alle afgifter, eller, hvis varens eller tjenesteydelsens art gør, at prisen ikke kan beregnes på forhånd, den måde, som prisen beregnes på, samt alle yderligere relevante omkostninger til fragt, levering, porto mv. (læs mere om kravene til prisoplysninger i kapitel III, afsnit 3),
5. eventuelle omkostninger ved forbrugers anvendelse af fjernkommunikationsteknik (eksempelvis et overtakseret telefonnummer), hvis disse beregnes efter en anden takst end grundtaksten,
6. vilkår for betaling for køb på virksomhedens hjemmeside, vilkår for virksomhedens opfyldelse af aftalen og oplysning om det tidspunkt, hvor virksomheden forventer at levere varen eller tjenesteydelsen,
7. virksomhedens praksis for behand-

ling af klager fra forbrugere, hvis virksomhedens praksis er anerledes, end hvad forbrugeren sædvanligvis kan forvente ved behandling af denne type klager,

8. at købelovens mangelsregler kan finde anvendelse ved køb af varer,
9. eventuel eftersalgskundebistand og eftersalgsservice og eventuelle betingelser for at kunne gøre brug af dette, hvis det er relevant,
10. relevante adfærdskodeks samt oplysning om, hvor de kan findes,
11. forskud eller andre finansielle garantier, som forbrugeren skal betale eller stille til rådighed, og betingelserne herfor, hvis det er relevant,
12. funktionaliteten og tekniske beskyttelsesforanstaltninger for digitalt indhold, samt digitalt indholds evne til at fungere sammen med hardware og software, hvis det er relevant, og
13. oplysning om garantier, hvis virksomheden eller producenten tilbyder forbrugeren en garanti.

Din virksomhed skal også give oplysning om klageadgang, hvis forbrugeren har mulighed for at klage over den pågældende aftale, herunder fremgangsmåden for at klage, klageinstansens fysiske adresse og hjemmeside. Din virksomhed skal efter forordningen om onlinetvistbilæggelse på forbrugerområdet også oplyse forbrugeren om, at forbrugeren kan klage via ODR-plattformen (en europæisk online klageportal), herunder et link til platformen samt din virksomheds e-mailadresse til brug for en eventuel klage. ODR-plattformen kan findes [her](#).

Din virksomhed er samtidig forpligtet til at give forbrugeren en række oplysninger om fortrydelsesretten (læs mere om oplysningspligten vedrørende fortrydelsesret i kapitel IV, afsnit 1).

De fleste virksomheder vælger at give forbrugeren de ovennævnte oplysninger på virksomhedens hjemmeside og i virksomhedens handelsbetingelser, som så kan sendes til forbrugeren inden for



ODR-plattformen



rimelig tid efter aftalens indgåelse (læs mere om handelsbetingelser nedenfor i kapitel III, afsnit 4).

2.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande og Norge* gælder der i alt væsentligt de samme generelle oplysningskrav (se nærmere under punkt 5 i Questionnairet).

I *Polen* gælder der dog en del flere oplysningskrav, da en virksomhed skal have et sæt betingelser vedrørende levering af en elektronisk tjeneste til både forbrugere og andre virksomheder, der bl.a. skal indeholde oplysninger om den elektroniske tjeneste samt betingelserne for at stille tjenesten til rådighed.

I *Frankrig* skal en virksomhed også oplyse forbrugere om muligheden for at klage til en Forbrugerombudsmand.

I *Sverige* skal virksomheden udelukkende give forbrugere de nævnte oplysninger, hvis den samlede pris for varen og/eller tjenesteydelsen er 400 svenske kroner eller derover.

Det er samtidig vigtigt at være opmærksom på, at der i *nogle af de øvrige EU-lande og i Norge* gælder andre kriterier for, hvornår oplysninger skal gives på det pågældende lands sprog, der er forskellige fra de kriterier, der gælder i Danmark.

I *Frankrig* skal oplysningerne gives på fransk, og i *Spanien* skal oplysninger gives på spansk.

I *Italien* skal oplysningerne som minimum gives på italiensk, og hvor oplysningerne gives på mere end ét sprog, skal den italienske version være med en skrifttype, der ikke er mindre synlig eller læselig end den anden version.

I *Norge* skal oplysningerne gives på norsk, hvis virksomhedens aktiviteter også er rettet mod forbrugere i Norge,

I *Polen* skal oplysningerne gives på polsk,

hvis forbrugeren er bosiddende i Polen, og hvis aftalen skal udføres i Polen.

I *Sverige og Tyskland* er der ingen formelle sprogkrav, men oplysningerne vil nogle gange skulle gives på henholdsvis svensk og tysk for, at kravet om, at oplysningerne skal være klare og forståelige, anses for at være opfyldt.

I *Holland* er der intet krav om, at oplysningerne skal gives på hollandsk.

3 PRISER, GEBYRER OG MOMS

Sørg for, at priser på din hjemmeside er angivet klart og tydeligt, og at det fremgår, om prisen er inklusiv afgifter og leveringsomkostninger. Forbrugere skal derudover på en klar og forståelig måde oplyses om den samlede pris for varen eller tjenesteydelsen.

3.1 Reguleringen i Danmark

Forbrugeraftaleloven, e-handelsloven og markedsføringsloven indeholder regler, der regulerer hvilke oplysninger, din virksomhed skal give i forbindelse med angivelse af sine priser.

Når din virksomhed oplyser priser på sin hjemmeside, skal prisen angives klart og tydeligt. Det skal også fremgå, hvorvidt prisen er inklusive afgifter og leveringsomkostninger. Det gælder både i forhold til forbrugere og virksomheder.

Forbrugere skal derudover på en klar og forståelig måde oplyses om den samlede pris for varen eller tjenesteydelsen. Hvis prisen ikke kan udregnes på forhånd, skal din virksomhed oplyse om den måde, som den samlede pris udregnes på.

Varens eller tjenesteydelsens samlede pris inkluderer gebyrer, omkostninger, moms og alle andre udgifter, som forbrugeren skal betale for varen eller tjenesteydelsen. Omkostninger, som ikke kan henføres til den enkelte vare eller tjenesteydelse, skal dog ikke indregnes i den samlede pris. Det kan eksempelvis være leveringsomkostninger. Oplysning

om disse omkostninger skal dog gives i umiddelbar tilknytning til prisen.

Ifølge Forbrugerombudsmanden skal oplysning om den samlede pris gives første gang, at din virksomhed oplyser om prisen på varen eller tjenesteydelsen. Den samlede pris skal samtidig gives umiddelbart inden, forbrugeren afgiver sin bestilling på hjemmesiden (læs mere herom under kapitel III, afsnit 5, om oplysningspligter ved check-out).

3.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

Der gælder i alt væsentligt de samme krav til oplysning om priser, gebyrer og moms i de øvrige EU-lande og Norge (se nærmere under punkt 6 i Questionnairet).

I Frankrig skal den samlede pris dog også angives i euro.



4 HANDELSBETINGELSER

Sørg for, at forbrugeren aktivt accepterer din virksomheds handelsbetingelser, inden et køb eller en aftale gennemføres. Der kan også være krav om, at handelsbetingelserne er tilgængelige på det lokale sprog i de enkelte lande.

4.1 Reguleringen i Danmark

Virksomheder vil normalt have et sæt handelsbetingelser, også kaldet aftalevilkår mv., der regulerer aftaler, der indgås på virksomhedens hjemmeside, både i forhold til aftaler med forbrugere og virksomheder. Handelsbetingelserne vil dog ofte være forskellige afhængigt af, om de er henvendt til forbrugere eller virksomheder.

Din virksomhed skal stille sine handelsbetingelserne til rådighed på en sådan måde, at betingelserne kan oplagres eller gengives. Det gælder både over for virksomheder og forbrugere. Hvis din virksomhed har et sæt handelsbetingelser, bør der efter Forbrugerombudsmandens opfattelse være et link til handelsbetingelserne på din virksomheds hjemmeside

de over for forbrugere.

Der er som udgangspunkt aftalefrihed i aftaler mellem din virksomhed og andre virksomheder, ligesom der ikke gælder nogle ufravigelige krav til hvilke oplysninger, din virksomhed skal give forud for eller efter indgåelsen af en aftale online (bortset fra e-handelslovens krav til hjemmesiden, som kan læses under kapitel II, afsnit 4).

Forbrugeraftaleloven indeholder som nævnt en række krav til oplysninger, som din virksomhed skal give forbrugeren før indgåelsen af en online aftale (læs mere om oplysningspligten forud for aftalens indgåelse i kapitel III, afsnit 2). Disse oplysninger skal din virksomhed også sende til forbrugeren efterfølgende på et varigt medium, eksempelvis som et vedhæftet dokument i en email.

Udover at give en række af de krævede oplysninger på virksomhedens hjemmeside vil virksomheden derfor normalt også indarbejde de krævede oplysninger i sine handelsbetingelser, som kan sendes til forbrugeren inden for rimelig tid efter aftalens indgåelse sammen med ordrebekræftelsen (læs mere om oplysningspligten efter aftalens indgåelse i kapitel III, afsnit 8).

Handelsbetingelserne indeholder også ofte oplysninger om aftalens lovvalg og værneting i tilfælde af tvister, men det er ikke et lovkrav (læs mere om lovvalg og værneting i kapitel IV, afsnit 3).

Handelsbetingelser i forbrugeraftaler skal være på dansk, når din virksomhed har markedsført sig på dansk, medmindre forbrugeren aktivt har accepteret at modtage oplysningerne på et andet sprog. Oplysningerne i din virksomheds handelsbetingelser skal også være klare og forståelige. Det kan betyde, at handelsbetingelserne i visse tilfælde bør gives på dansk.

Forbrugeren skal aktivt acceptere din



virksomheds handelsbetingelser, inden en aftale indgås, før handelsbetingelserne kan anses for at være vedtaget mellem din virksomhed og forbrugeren. Det kan eksempelvis være ved at sætte kryds i et felt. Forhåndsafkrydsede felter er ikke tilladt.

4.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande og Norge* gælder der i alt væsentligt de samme krav i relation til handelsbetingelser som i Danmark (se nærmere under punkt 7 i Questionnairet).

I nogle lande er det, ligesom i Danmark, et krav, at handelsbetingelserne aktivt accepteres af forbrugeren (i *Belgien, Frankrig, Italien, Norge, Polen, Spanien, Sverige og Holland*), mens det i andre lande ikke er et krav (i *Finland og Tyskland*). Det er også forskelligt fra land til land, om handelsbetingelser til forbrugere skal foreligge på det pågældende lands sprog:

I *Spanien, Frankrig og Italien* skal handelsbetingelserne altid gives på henholdsvis spansk, fransk og italiensk. I *Polen* skal sproget som udgangspunkt være polsk.

I *Belgien* skal handelsbetingelser foreligge på hollandsk, fransk eller tysk, hvis markedsføringen af produkterne er sket på hollandsk, fransk eller tysk.

I *Norge* skal handelsbetingelserne være på norsk, når virksomhedens aktiviteter retter sig imod norske kunder.

I *Holland* stilles der ikke krav om, at handelsbetingelserne skal være på hollandsk. Engelsk er acceptabelt.

Endvidere gælder der i *Sverige og Finland* ikke et generelt sprogkrav, men det er ikke sikkert, at forbrugeren kan siges at have modtaget de påkrævede oplysninger på en klar og forståelig måde, hvis oplysningerne er givet på et andet sprog end finsk/svensk for så vidt angår Finland og svensk for så vidt angår Sverige.

5 OPLYSNINGSPLIGTER UMIDDELBART INDEN AFTALEINDGÅELEN (CHECK-OUT)

Sørg for, at det klart og tydeligt er angivet, hvis en aftale pålægger en forbruger en betalingsforpligtelse, og at forbrugere oplyses om de valgte varer eller tjenesteydelser og den samlede pris umiddelbart inden bestillingen afgives.

5.1 Reguleringen i Danmark

Forbrugeraftaleloven indeholder krav til de oplysninger, som din virksomhed skal give forbrugeren umiddelbart inden, forbrugeren accepterer en aftale online, dvs. ved check-out.

Når en forbrugeraftale indgås online, skal det være angivet klart og tydeligt på det sted, hvor forbrugeren afgiver sin bestilling, at aftalen pålægger forbrugeren en betalingsforpligtelse.

Hvis din virksomhed anvender en bestillingsknap eller en lignende funktion på sin hjemmeside, skal der stå "*Ordre med betalingsforpligtelse*" eller lignende, eksempelvis "*Køb med betalingspligt*", "*Køb nu*", "*Bekræft købet*" eller "*Betal nu*", på bestillingsknappen, der viser forbrugeren, at forbrugeren bestiller noget, der koster penge.

Din virksomhed skal samtidig umiddelbart inden, at en bestilling afgives, med tydelig og fremhævet skrift give forbrugeren oplysning om:

1. varens eller tjenesteydelsens vigtigste egenskaber (i praksis hvilken vare eller ydelse, som forbrugeren har valgt), og
2. den samlede pris for varen eller ydelsen.

Der må efter Forbrugerombudsmandens opfattelse ikke være anden tekst mellem bestillingsknappen og de oplysninger, som din virksomhed skal give forbrugeren lige over bestillingsknappen.

Det er vigtigt, at forbrugeren modtager de påkrævede oplysninger ved bestil-



lingsfunktionen. Hvis forbrugeren ikke modtager oplysningerne, er aftalen ugyldig, og forbrugeren er ikke bundet af aftalen.

Hvis det er meningen, at kunden i forbindelse med check-out og accept af købsaftalen skal have mulighed for at give samtykke til at modtage direkte markedsføring fra din virksomhed om alle produkter og/eller tjenesteydelser, skal samtykketeksten være særskilt fremhævet, og kunden skal aktivt acceptere markedsførings-samtykket. Det er ikke tilstrækkeligt, at samtykketeksten alene fremgår af din virksomheds handelsbetingelser, som kunden accepterer i forbindelse med købet (læs mere om kravene til markedsførings-samtykker i kapitel V, afsnit 1).

5.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de fleste af de øvrige *EU-lande og Norge* gælder der i alt væsentligt de samme oplysningskrav ved check-out (se nærmere under punkt 8 i Questionnairet).

I *Italien* gælder der dog ikke de samme oplysningskrav ved check-out. Her skal virksomheden ved check-out alene have forbrugers udtrykkelige samtykke til yderligere betalinger, der lægges oveni betalingen for varen og/eller tjenesteydelsen, forudsat at virksomheden har givet forbrugeren de øvrige påkrævede oplysninger inden aftalens indgåelse.

I *Sverige* skal virksomheden ved check-out ifølge den svenske Forbrugerombudsmand også oplyse forbrugeren om den forventede leveringstid.

I *Tyskland* skal der ved check-out også være en reference til fortrydelsesretten.

I *Holland* skal e-handelsvirksomheden udover de oven for nævnte oplysninger også give forbrugeren oplysning om måden, som aftalen kan indgås på, om e-handelsvirksomheden opbevarer aftalen efter indgåelsen, og hvordan afta-

len vil være tilgængelig for forbrugeren, hvordan forbrugeren kan korrigere fejl, hvilke sprog, aftalen kan indgås på, samt eventuelle relevante adfærdskodeks.

Hvis forbrugeren ikke har modtaget de krævede oplysninger i *Finland*, skal forbrugeren desuden gøre indsigelse mod at være bundet af aftalen inden for et år.

6 TIDSPUNKTET FOR AFTALENS INDGÅELSE

Der er normalt indgået en bindende aftale online, når en forbruger aktiverer en ordrebekræftelsesknop eller lignende på din virksomheds hjemmeside. Sørg for, at forbrugeren aktivt accepterer din virksomheds tilbud.

6.1 Reguleringen i Danmark

Når en forbruger aktiverer en ordrebekræftelsesknop eller lignende på din virksomheds hjemmeside, anses dette for at være en accept af din virksomheds tilbud. Det betyder, at der på dette tidspunkt er indgået en bindende aftale mellem forbrugeren og din virksomhed.

En forbruger er alene bundet af en aftale, hvis forbrugeren aktivt accepterer din virksomheds tilbud.

Din virksomheds ordrebekræftelse er ikke afgørende for, hvornår der er indgået en bindende aftale mellem din virksomhed og forbrugeren, medmindre forbrugeren klart og utvetydigt er informeret herom under aftalens indgåelse.

6.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande og Norge* gælder hovedsageligt det samme (se nærmere under punkt 9 i Questionnairet).

I *Tyskland* kan virksomheden i sine handelsbetingelser imidlertid i højere grad selv bestemme, hvornår en online aftale med en forbruger skal anses for at være bindende.



7 BETALINGER

Husk, at din virksomhed i Danmark først må trække betalingen for en vare eller tjenesteydelse i et online forbruger køb, når varen er afsendt, eller når leveringen af tjenesteydelsen er påbegyndt. Der gælder dog andre krav for, hvornår betalingen må trækkes i visse af de øvrige lande, eksempelvis i Frankrig, hvor virksomheden må opkræve betalingen, når forbrugeren afgiver ordren.

7.1 Reguleringen i Danmark

I aftaler mellem to virksomheder er der aftalefrihed i forhold til betalinger.

For forbrugere må betalingen for en vare eller en tjenesteydelse, der er købt online, efter Forbrugerombudsmandens opfattelse normalt først trækkes, når varen er afsendt, eller når leveringen af en tjenesteydelse er påbegyndt.

Din virksomhed kan dog i visse tilfælde aftale med forbrugeren, at forbrugeren skal betale forud. Det kræver dog ifølge Forbrugerombudsmanden, at forudbetalingen er udtrykkeligt aftalt mellem din virksomhed og forbrugeren, inden betalingen sker, eller betalingsordren godkendes. Din virksomhed skal samtidig have en saglig og rimelig grund til at kræve forudbetaling af forbrugeren. Der kan eksempelvis foreligge en saglig og rimelig grund, hvis der er tale om et bestillingskøb, hvor din virksomhed skal tilpasse varen efter forbrugerenes særlige ønsker, eller hvis der er en branchekutyme for at kræve forudbetaling.

7.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige EU-lande og Norge er der forskel på, hvornår en virksomhed i forbrugerforhold må opkræve betaling, og under hvilke omstændigheder en virksomhed må kræve forudbetaling (se nærmere under punkt 10 i Questionnairet).

I Belgien, Spanien og Tyskland er der eksempelvis intet krav om, at der skal foreligge en saglig og rimelig grund for, at

virksomheden må kræve forudbetaling. Det er dog stadig påkrævet, at forudbetaling er udtrykkeligt aftalt mellem virksomheden og forbrugeren.

I Finland skal forbrugeren betale for varen på det tidspunkt, der er krævet af virksomheden. Dette tidspunkt må dog ikke være tidligere end det tidspunkt, hvor forbrugeren efter aftalen har adgang til varen.

I Frankrig kan virksomheden opkræve betalingen på tidspunktet, hvor forbrugeren afgiver ordren, på tidspunktet for vares afsendelse eller på tidspunktet, hvor varen eller tjenesteydelsen leveres. Der er samtidig intet forbud mod at kræve forudbetaling, forudsat at forbrugeren oplyses tydeligt herom.

I Italien gælder der ingen særlige regler for, hvornår en virksomhed må opkræve betaling, og ingen særlige regler for, under hvilke omstændigheder en virksomhed må kræve forudbetaling.

I Polen må en betaling normalt opkræves, når varen er afsendt, eller når leveringen af tjenesteydelsen er påbegyndt. I praksis kræver e-handelsvirksomheder dog ofte forudbetaling, hvilket dog bl.a. forudsætter, at det er udtrykkeligt aftalt mellem virksomheden og forbrugeren.

I Holland må virksomheden opkræve betalingen, når forbrugeren har foretaget købet på hjemmesiden ved at trykke på bestillingsknappen.

I Tyskland må virksomheden opkræve betalingen på det tidspunkt, hvor der er indgået en bindende aftale mellem virksomheden og forbrugeren.

8 OPLYSNINGSPLIGT EFTER AFTALENS INDGÅELSE (ORDREBEKRÆFTELSE)

Husk, at din virksomhed elektronisk skal sende en ordrebekræftelse til forbrugeren uden unødigt forsinkelse efter aftalens indgåelse.

8.1 Reguleringen i Danmark

Efter e-handelsloven skal din virksomhed over for en forbruger (samt over for en anden virksomhed, medmindre andet er aftalt) elektronisk bekræfte modtagelsen af en elektronisk ordre uden unødigt forsinkelse, eksempelvis pr. email eller sms, der både bekræfter, at din virksomhed har modtaget ordren samt aftalens indhold.

Der gælder derudover en række supplerende krav, når en forbruger har købt en vare eller en tjenesteydelse på din virksomheds hjemmeside. Forbrugeren skal modtage en ordrebekræftelse på et varigt medium, eksempelvis via email, sms eller andet varigt medium. Et link til din hjemmeside vil normalt ikke blive betragtet som et varigt medium.

Ordrebekræftelsen skal efter Forbrugerombudsmandens opfattelse indeholde de oplysninger, som din virksomhed er forpligtet til at give forbrugeren forud for aftalens indgåelse. Det sker ofte ved, at en virksomhed sender sine handelsbetingelser, der indeholder de påkrævede oplysninger.

8.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige EU-lande og Norge gælder der i alt væsentligt det samme som i Danmark. I Tyskland er processen dog anderledes, da virksomheden skal sende en email, der bekræfter virksomhedens modtagelse af forbrugerens ordre, og efterfølgende sende en bekræftelse af den online aftale, der indeholder de oplysninger, som virksomheden skal give forbrugeren inden aftalens indgåelse. Virksomheden skal derudover bl.a. også vedlægge en printet version af de lovpligtige oplysninger med leveringen af produktet (se mere under punkt 11 i Questionnairet).

KAPITEL IV - EFTER SALGSPROCESSEN

1 FORTRYDELSESRET

Husk, at forbrugeren har 14 dages fortry-

delsesret i de fleste online aftaler, og at din virksomhed skal give en række oplysninger om fortrydelsesretten både inden aftalens indgåelse og efter aftalens indgåelse i forbindelse med fremsendelsen af ordrebekræftelsen eller handelsbetingelserne.

1.1 Reguleringen i Danmark

Der er ingen lovbestemt fortrydelsesret i online aftaler mellem to virksomheder.

Når en forbruger køber varer og tjenesteydelser online på din virksomheds hjemmeside, har forbrugeren normalt fortrydelsesret (det gælder dog ikke alle forbruger aftaler, der indgås online).

Forbrugeren skal oplyses om fortrydelsesretten både inden aftalens indgåelse, dvs. på din virksomheds hjemmeside og/eller i handelsbetingelserne, som ligger på hjemmesiden og accepteres forud for aftaleindgåelsen, og efter aftalens indgåelse i forbindelse med fremsendelsen af ordrebekræftelsen eller handelsbetingelserne.

Din virksomhed skal give nedenstående oplysninger om fortrydelsesretten:

1. oplysning om, hvorvidt forbrugeren har fortrydelsesret,
2. oplysning om, hvis forbrugeren ikke har fortrydelsesret,
3. oplysninger om betingelser, tidsfrister og procedurer for at udnytte fortrydelsesretten, når der er fortrydelsesret. Disse oplysninger kan gives ved at anvende Bilag 1 til forbruger aftaleloven og indsætte de relevante oplysninger (bilaget kan findes [her](#)),
4. oplysning om i hvilke tilfælde, forbrugeren mister sin fortrydelsesret, hvis det er relevant for den pågældende aftale,
5. oplysning om eventuelle udgifter til tilbagelevering af varen ved udnyttelse af fortrydelsesretten, og
6. oplysning om hvilket beløb, forbrugeren skal betale ved fortrydelse af aftalen, når tjenesteydelsens levering er påbegyndt med forbrugerens udtrykkelige samtykke inden udløbet af



Forbruger aftalelov
Bilag 1



Fortrydelsesformular Bilag 3

fortrydelsesfristen, når forbrugeren benytter fortrydelsesretten ved en aftale om en tjenesteydelse.

Din virksomhed skal samtidig stille standardfortrydelsesformularen, der fremgår af Bilag 3 til forbrugerftaleloven, til rådighed for forbrugeren. Når din virksomhed har indgået en aftale med en forbruger, skal formularen sendes til forbrugeren på papir, email eller andet varigt medium. Standardfortrydelsesformularen kan indsættes i din virksomheds handelsbetingelser (standardfortrydelsesformularen kan findes [her](#)).

Forbrugeren har som udgangspunkt 14 dages fortrydelsesret ved online aftaler. Hvis forbrugeren har købt en vare, løber den 14 dages fortrydelsesfrist fra den dag, hvor forbrugeren eller en tredjemand, som forbrugeren har valgt, får varen i fysisk besiddelse. Hvis forbrugeren har købt en tjenesteydelse, løber den 14 dages fortrydelsesfrist fra den dag, hvor aftalen indgås.

Hvis din virksomhed ikke giver forbrugeren oplysning om, hvorvidt der er fortrydelsesret, og betingelser, tidsfrist og procedurer for fortrydelsesretten, samt oplysning om standardfortrydelsesformularen, løber fortrydelsesfristen dog først fra det tidspunkt, hvor din virksomhed giver forbrugeren disse oplysninger på et varigt medium. Dette tidspunkt kan dog senest være 12 måneder efter udløbet af de oprindelige 14 dage.

Hvis forbrugeren fortryder en aftale, skal forbrugeren give virksomheden besked herom inden udløbet af den 14 dages fortrydelsesfrist. Forbrugeren kan vælge at bruge standardfortrydelsesformularen, som er nævnt ovenfor, men det er ikke et krav.

Når en forbruger har benyttet sig af fortrydelsesretten, skal din virksomhed tilbagebetale alle beløb, inklusiv standardleveringsomkostninger, til forbrugeren. Tilbagebetalingen skal ske uden unødigt forsinkelse og senest 14 dage efter, at

din virksomhed har fået besked om fortrydelsen. Din virksomhed kan dog vente med at tilbagebetale pengene til forbrugeren til det tidspunkt, hvor din virksomhed modtager den returnerede vare eller modtager bevis for, at forbrugeren har returneret varen, eksempelvis en postkvittering.

Forbrugeren skal returnere varen uden unødigt forsinkelse og senest 14 dage efter, at forbrugeren har givet din virksomhed besked om, at forbrugeren vil udnytte fortrydelsesretten. Forbrugeren skal betale for returneringen af varen til din virksomhed. Forbrugeren skal dog ikke betale for returneringen af varen, hvis din virksomhed har påtaget sig at betale for returneringen, eller hvis din virksomhed ikke har oplyst forbrugeren om, at forbrugeren skal betale udgifterne ved en eventuel fortrydelse, inden aftalens indgåelse.

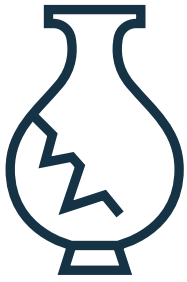
Hvis forbrugeren fortryder en aftale om en tjenesteydelse, kan forbrugeren pålægges at betale for den del af ydelsen, som allerede er leveret, hvis leveringen af ydelsen er påbegyndt inden udløbet af fortrydelsesfristen med forbrugers udtrykkelige samtykke hertil, og hvis din virksomhed godtgør, at forbrugeren er blevet oplyst om fortrydelsesretten og det beløb, som forbrugeren skal betale. Forbrugeren skal aktivt acceptere, at fortrydelsesretten bortfalder, når tjenesteydelsen er påbegyndt. Det er ikke tilstrækkeligt, at oplysningen herom alene fremgår af handelsbetingelserne.

1.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

Reglerne om fortrydelsesretten er i alt væsentligt de samme i de øvrige *EU-lande og Norge* (se nærmere under punkt 12 i Questionnairet).

2 MANGLER VED VARER OG TJENESTEYDELSER

Husk, at forbrugere kan klage, hvis din virksomheds varer er mangelfulde. I Danmark er reklamationsfristen for mangelfulde



varer to år. Men i visse af de andre lande gælder der en længere reklamationsfrist for varer.

2.1 Reguleringen i Danmark

For forbrugere skal den vare, som forbrugeren køber, være i overensstemmelse med det, som din virksomhed og forbrugeren har aftalt. Hvis varen ikke er i overensstemmelse med aftalen, vil varen normalt blive anset for at være mangelfuld. En vare er eksempelvis mangelfuld, hvis varen ikke er egnet til det formål, som den er solgt til, eller hvis varen ikke har den lovede holdbarhed.

Hvis en vare er mangelfuld, og købet af varen er underlagt dansk ret, har forbrugeren 2 års reklamationsret efter købelovens forbrugerregler. Forbrugeren skal dog reklamere inden for rimelig tid efter, at forbrugeren har opdaget manglen. Hvis forbrugeren reklamerer inden 2 måneder efter det tidspunkt, hvor forbrugeren opdagede manglen, er reklamationen altid rettidig.

Når en forbruger har reklameret over en mangel, skal din virksomhed afhjælpe (reparere) eller omlevere den mangelfulde vare inden rimelig tid, og det skal ske uden udgift og uden væsentlig ulempe for forbrugeren. Hvis din virksomhed ikke kan afhjælpe manglen eller omlevere varen inden rimelig tid, kan forbrugeren kræve et passende afslag i købesummen, ophævelse af købet eller omlevering eller afhjælpning uden uforholdsmæssige omkostninger. Sidstnævnte kan dog kun ske i situationer, hvor det ikke vil påføre din virksomhed uforholdsmæssige omkostninger.

Forbrugeren kan også have krav på erstatning som følge af en mangelfuld vare, hvis en virksomhed eksempelvis har givet køberen vildledende oplysninger og været bevidst om det, eller hvis virksomheden ikke har givet forbrugeren oplysning om en mangel, som virksomheden kendte eller burde kende.

Husk, at din virksomhed skal oplyse, at købelovens regler finder anvendelse, når en forbruger køber en vare ved fjernsalg (læs mere om virksomhedens oplysningspligter inden aftalens indgåelse i kapitel III, afsnit 2).

En tjenesteydelse er ikke omfattet af købeloven, der alene finder anvendelse på køb af varer. Men hvis en tjenesteydelse er mangelfuld, fordi den eksempelvis ikke lever op til aftalen, ikke lever op til det, som din virksomhed har lovet, eller ikke er udført korrekt, har forbrugeren dog alligevel normalt ret til reklamation efter de samme principper som i købeloven.

Forbrugeren kan som udgangspunkt komme med indsigelser i 3 år efter, at manglen er opdaget eller burde være opdaget, da tjenesteydelser er omfattet af forældelsesloven. Men hvis forbrugeren ikke reklamerer i rimelig tid efter, at forbrugeren er blevet opmærksom på manglen, kan forbrugeren miste sin reklamationsret. Hvad der er rimelig tid, afhænger af den konkrete tjenesteydelse samt af hvor mange gange, virksomheden har forsøgt at afhjælpe manglen.

Hvis en tjenesteydelse er mangelfuld, kan forbrugeren have ret til afhjælpning (reparation), hvis det kan lade sig gøre, afslag i prisen, ophævelse af aftalen og i nogle situationer krav på erstatning.

2.2 Fokuspunkter fra de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande og Norge* kan forbrugere i alt væsentligt gøre de samme misligholdelsesbeføjelser gældende, når en vare er mangelfuld. Reglerne om hvor længe, en forbruger kan reklamere over en mangel ved et produkt, er imidlertid ret forskellige (se nærmere under punkt 13 i Questionnairet).

I *Norge* har en forbruger således 5 års reklamationsret, hvis forbrugeren har købt en vare, der bør have en betydelig længere holdbarhed, forudsat at forbrugeren

har anvendt varen normalt.

I *Polen* er der ingen specifik frist for hvornår, en forbruger skal gøre indsigelse over en mangelfuld vare, men virksomhedens ansvar kan dog i visse tilfælde være begrænset afhængigt af den pågældende type vare.

I *Sverige* har forbrugeren 3 års reklamationsret i forhold til en mangelfuld vare.

I *Finland* skal forbrugere, ligesom i Danmark, gøre indsigelse mod mangler inden rimelig tid efter at have opdaget manglen. Men der gælder dog ikke en absolut reklamationsfrist på 2 år i Finland. Forbrugers reklamationsret kan dog være begrænset af regler om forældelse.

I *Tyskland* og *Holland* er reklamationsretten for mangelfulde varer også 2 år, men der ingen specifik frist for hvornår, forbrugeren skal gøre indsigelse efter, at forbrugeren har opdaget manglen.

Reglerne er også ret forskellige for så vidt angår mangelfulde tjenesteydelser (se nærmere under punkt 13 i Questionnairet).

3 LOVVALG OG VÆRNETING

Vær opmærksom på, at når I handler med forbrugere i andre lande, kan aftalen med forbrugeren blive underlagt regler i forbrugers land, og i tilfælde af tvister risikerer I at blive sagsøgt i forbrugers land.

3.1 Reguleringen i Danmark

3.1.1 Lovvalg

Der kan opstå tvister i aftaler, som din virksomhed indgår online med forbrugere eller andre virksomheder. Det kan eksempelvis være en tvist om, at en vare er gået i stykker eller ikke lever op til aftalen. Hvis I ikke kan blive enige om en løsning af tvisten, kan det blive relevant at indbringe tvisten for en domstol. Der kan i den situation opstå spørgsmål om, hvilket lands lovgivning aftalen er underlagt (lovvalget).

Når det i Danmark skal afgøres hvilket lands lov, som finder anvendelse på en online aftale om køb af varer og/eller tjenesteydelser mellem en dansk virksomhed og en virksomhed eller forbruger i et andet EU-land, skal Rom-konventionen anvendes.

Efter Rom-konventionen er en aftale mellem en dansk virksomhed og en virksomhed i et andet EU-land underlagt lovgivningen i det land, som aftalen har sin nærmeste tilknytning til. Aftalen har normalt sin nærmeste tilknytning til sælgers land.

Virksomheder kan dog også indgå aftale om hvilket lands lovgivning, der skal gælde på aftalen imellem dem, hvilket eksempelvis ofte vil være reguleret i sælgers handelsbetingelser.

Online aftaler om køb af varer og/eller tjenesteydelser mellem en dansk virksomhed og en forbruger, der har bopæl i et andet EU-land, er underlagt lovgivningen i det land, hvor forbrugeren har sin bopæl, hvis virksomheden bl.a. har fremsat særligt tilbud eller markedsført sig over for forbrugeren i dette land, og hvis forbrugeren har foretaget de nødvendige handlinger for at indgå aftalen i dette land, eksempelvis når forbrugeren indgår aftalen med din virksomhed fra sit bopælsland.

Forbrugeraftaler kan dog også indeholde en lovvalgsaftale, hvilket ofte vil være tilføjet i virksomhedens handelsbetingelser. En dansk virksomhed kan således godt aftale med en forbruger i et andet EU-land, at dansk ret skal finde anvendelse. Lovvalgsaftalen kan dog ikke medføre, at forbrugeren fratages den beskyttelse, der følger af ufravigelige regler i forbrugers bopælsland, hvis den danske virksomhed som nævnt bl.a. har fremsat særligt tilbud eller markedsført sig over for forbrugeren i dette land, og hvis forbrugeren har foretaget de nødvendige handlinger for at indgå aftalen i dette land, eksempelvis når forbrugeren indgår aftalen med din virksomhed fra sit bopælsland.





3.1.2 Værneting

Når din virksomhed sælger varer eller tjenesteydelser online til en forbruger eller virksomhed i et andet EU-land eller i Norge kan der også opstå tvivl om, i hvilket land en retssag kan anlægges (værneting).

Når det i Danmark skal afgøres, hvor der er værneting i forhold til en tvist om en online aftale mellem en virksomhed i Danmark og en køber i et andet EU-land, skal Bruxelles I-forordningen anvendes. Ved aftaler mellem en dansk virksomhed og en virksomhed eller forbruger i Norge skal Lugano-konventionen anvendes. Reglerne i Bruxelles I-forordningen og Lugano-konventionen er stort set ens og behandles derfor samlet nedenfor.

I online aftaler *mellem to virksomheder* om køb af varer og/eller tjenesteydelser skal virksomhederne som udgangspunkt sagsøges ved retterne i det land, hvor virksomhederne har bopæl.

I sager om kontraktforhold kan en virksomhed dog også sagsøges i det land, hvor den forpligtelse, der ligger til grund for aftalen, er opfyldt eller skal opfyldes. I aftaler om salg af varer eller tjenesteydelser er opfyldelsesstedet det land, hvor varerne eller tjenesteydelsen er blevet leveret eller skulle have været leveret.

Virksomheder kan dog også indgå en værnetingsaftale om i hvilket land, en sag skal anlægges. Det reguleres ofte i sælgerens handelsbetingelser.

I online aftaler om køb af varer og/eller tjenesteydelser mellem *din danske virksomhed og en forbruger, der har bopæl i et andet EU-land eller Norge*, kan din virksomhed alene anlægge sag mod forbrugeren i forbrugerens bopælsland.

Forbrugere med bopæl i et andet EU-land eller Norge kan derimod vælge at anlægge sag mod din virksomhed i Danmark, når din virksomhed har rettet sin virksomhed mod forbrugerens bopælsland, og når aftalen er omfattet af denne virksomhed,

eller vælge at anlægge sag mod din virksomhed i forbrugerens eget bopælsland.

Din danske virksomhed og en forbruger i et andet EU-land eller Norge kan kun gyldigt indgå en værnetingsaftale, hvis aftalen indgås efter, at tvisten er opstået, hvis aftalen giver forbrugeren ret til at anlægge sagen ved retterne i et andet land end dem, der er nævnt ovenfor, eller hvis det værneting, som I aftaler, er i et land, hvor I begge havde opholdssted eller bopæl på tidspunktet for aftalens indgåelse.

3.2 Reguleringen i de øvrige EU-lande og Norge

Der gælder de samme værnetingsregler i EU-landene. Disse regler er fastsat i Bruxelles I-forordningen. Hvis en domstol i et af de øvrige EU-lande skal tage stilling til, hvor der er værneting i forhold til en tvist opstået om en online aftale om salg af varer og/eller tjenesteydelser mellem en dansk virksomhed og en køber i et andet EU-land, bliver Bruxelles I-forordningen anvendt. Det samme gælder i forhold til Lugano-konventionen for så vidt angår Norge.

Hvis en domstol i de øvrige EU-lande skal tage stilling til lovvalget i en online aftale om salg af varer og/eller tjenesteydelser mellem en dansk virksomhed og en køber i et andet EU-land, skal Rom I-forordningen anvendes.

Efter Rom I-forordningen er en aftale *mellem to virksomheder* med bopæl i forskellige EU-lande underlagt lovgivningen i det land, hvor sælgeren har sit sædvanlige opholdssted, hvis aftalen vedrører køb af varer eller tjenesteydelser.

Virksomheder kan dog også efter Rom I-forordningen indgå en lovvalgsaftale.

Efter Rom I-forordningen er en aftale *mellem en virksomhed og en forbruger* i forskellige EU-lande som udgangspunkt underlagt lovgivningen i det land, hvor forbrugeren har sit sædvanlige opholdssted, så længe virksomheden enten ud-



øver sin erhvervmæssige virksomhed i forbrugerens opholdsland, eller at virksomheden på en hvilken som helst måde retter sin virksomhed mod forbrugerens opholdsland, og at aftalen i begge tilfælde er omfattet af denne virksomhed.

Virksomheden og forbrugeren kan dog også indgå en lovvalgsaftale. Lovvalgsaftalen må dog ikke medføre, at forbrugeren fratages de ufravigelige regler, der ville have fundet anvendelse, hvis parterne ikke havde indgået en aftale om lovvalget.

I Norge er der ingen egentlige generelle lovvalgsregler, som tilfældet er i EU-landene, og Norge er ikke underlagt Rom-Konventionen eller Rom I-forordningen. I Norge er lovvalg baseret på retspraksis eller på lovvalgsregler i specifikke love. Norske domstole vil dog ofte tage principperne i Rom-Konventionen og Rom I-forordningen i betragtning. Det vil derfor være relevant at søge konkret juridisk rådgivning ved spørgsmål om lovvalg, der skal afgøres efter norsk ret.

KAPITEL V - DIREKTE ELEKTRONISK MARKEDSFØRING, COOKIES OG PERSONDATA

1 DIREKTE ELEKTRONISK MARKEDSFØRING

Din virksomhed må i de fleste tilfælde alene sende direkte elektronisk markedsføring til forbrugere og virksomheder, hvis modtageren har givet et forudgående og gyldigt samtykke. Din virksomhed kan dog under visse betingelser sende elektronisk markedsføring til tidligere kunder ved brug af en opt-out løsning.

1.1 Reguleringen i Danmark

Direkte elektronisk markedsføring, dvs. markedsføring sendt til en eller flere bestemte modtagere via elektronisk post, er reguleret i markedsføringsloven, der indeholder et forbud mod såkaldt "spam".

Spamforbuddet i markedsføringsloven omfatter enhver form for markedsføring, herunder branding og imagemarkedsføring i eksempelvis nyhedsbreve fra din virksomhed. Elektronisk post er bl.a. emails og sms.

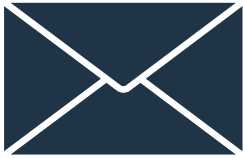
Din virksomhed må ikke sende markedsføring med elektronisk post til nogen, der ikke har givet samtykke til at modtage markedsføring. Forbuddet mod uanmodet elektronisk markedsføring gælder både over for forbrugere og andre virksomheder.

Et markedsførings-samtykke skal være indhentet inden afsendelse af den direkte elektroniske markedsføring, og samtykket skal være udtryk for en frivillig, informeret, specifik og utvetydig viljestilkendegivelse. Det skal samtidig fremgå af samtykketeksten, at samtykket kan tilbagetrækkes, hvilket i øvrigt skal kunne gøres let og gebyrfrit.

At samtykket skal være informeret betyder, at den, der giver samtykke, skal være klar over, at samtykket afgives, og hvad der gives samtykke til, samt at samtykket skal være udtryk for et aktivt valg. Et markedsførings-samtykke må derfor ikke indhentes ved brug af et forhåndsafkrydset felt, og markedsførings-samtykket skal derudover være adskilt fra din virksomheds handelsbetingelser.

At samtykket skal være specifikt betyder, at den, der afgiver samtykke, skal være klar over hvilke(n) virksomhed(er), der gives samtykke til at modtage markedsføring fra, hvordan personen vil blive kontaktet, og hvilke produkter eller produktkategorier, din virksomhed vil sende markedsføring om.

At samtykket skal være utvetydigt betyder, at et samtykke, der er givet, ikke må give anledning til tvivl. Det afgørende er således, at det er klart, at der foreligger et samtykke.



Din virksomhed må dog sende elektronisk markedsføring til tidligere kunder uden et sådan aktivt (opt-in) markedsføringssamtykke ved brug af såkaldt opt-out, hvis

1. kunden har købt et produkt hos din virksomhed,
2. kunden selv har oplyst sin elektroniske adresse til din virksomhed i forbindelse med salget,
3. din virksomhed klart og utvetydigt har oplyst kunden om, at kunden vil modtage markedsføring på kundens oplyste elektroniske adresse,
4. kunden ved afgivelsen af den elektroniske adresse klart og utvetydigt er oplyst om muligheden for at frabede sig markedsføring på en let og gebyrfri måde,
5. kunden ved hver efterfølgende henvendelse oplyses om muligheden for at frabede sig fremtidig markedsføring, og
6. markedsføringen alene vedrører din virksomheds egne tilsvarende produkter.

1.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande* og *Norge* gælder der overordnet de samme betingelser for at sende direkte markedsføring til virksomheder og forbrugere som i Danmark. Der er dog nogle forskelle, der er værd at være opmærksom på (se nærmere under punkt 14 i Questionnairet).

I *Belgien* kræver det eksempelvis ikke forudgående samtykke at sende en email til en generisk virksomhedsadresse, eksempelvis til "info@company.be". Det samme er tilfældet i *Norge*. I *Finland* og *Frankrig* er det også tilladt uden forudgående samtykke at sende elektronisk markedsføring til virksomhedens generelle emailadresse, hvis virksomheden ikke specifikt har frabedt sig at modtage markedsføring fra den pågældende virksomhed. I *Frankrig* skal virksomheden under alle omstændigheder informere dem, hvis emailadresser virksomheden

indsamler, om, at emailadressen vil blive brugt til markedsføring.

I *Norge* kan virksomheden endvidere alene anvende opt-out markedsføring, hvis virksomheden har etableret et nærmere forhold til kunden, hvilket normalt ikke vil være tilfældet efter et enkeltstående køb af almindelige forbrugsvarer. I *Polen* er det desuden slet ikke tilladt at anvende opt-out markedsføring hverken i forhold til forbrugere eller andre virksomheder.

I *Sverige* gælder reglerne om opt-in markedsføring kun i forhold til forbrugere og enkeltmandsvirksomheder, hvorimod reglerne om opt-out finder anvendelse i forhold til forbrugere og alle virksomheder.

I *Tyskland* skal virksomheden endelig, udover at opfylde de krav til markedsførings-samtykker, der også gælder i Danmark, anvende en dobbelt-opt-in procedure, eksempelvis ved at modtageren efterfølgende bekræfter markedsførings-samtykket via et link i en email, når virksomheden indhenter opt-out markedsførings-samtykker.

2 PERSONDATA

Online salg vil naturligt involvere behandling af personoplysninger. Din virksomhed skal derfor bl.a. sørge for, at de grundlæggende principper i GDPR er opfyldt, at der er tilstrækkelig sikkerhed og interne processer til korrekt håndtering af personoplysninger, samt at overholde oplysningspligten ved behandling af personoplysninger, som de fleste virksomheder vælger at gøre gennem en privatlivspolitik.

2.1 Reguleringen i Danmark

Når din virksomhed sælger varer og tjenesteydelser online, vil det naturligt involvere behandling af personoplysninger. Som e-handelsvirksomhed kan der forekomme mange situationer, hvor din virksomhed indsamler personoplysninger, eksempelvis i forbindelse med køb, hvor kunden afgiver købsoplysninger, ved at kundens færden på din virksom-



heds hjemmeside spores, eksempelvis gennem cookies, eller når en person tilmelder sig din virksomheds elektroniske nyhedsbreve.

En personoplysning er defineret som enhver form for information om en identificeret eller identificerbar fysisk person. Det er altså alle oplysninger, der kan henføres til en person, der kategoriseres som en personoplysning, herunder navn, adresse, emailadresse, kontooplysninger, købs-historik, IP-adresse, et billede eller en oplysning om helbredsforhold.

Behandling af personoplysninger er reguleret af databeskyttelsesforordningen (GDPR) og suppleres af de europæiske medlemslandes nationale love. I Danmark suppleres GDPR af databeskyttelsesloven.

Inden din virksomhed iværksætter online salg, bør I overveje i hvilke situationer, I vil behandle personoplysninger, således at I kan implementere de nødvendige foranstaltninger for at sikre, at I lever op til reglerne.

Det er først og fremmest en forudsætning for en lovlig behandling af personoplysninger, at de grundlæggende principper i GDPR er opfyldt.

Det kræver for det første, at behandlingen sker til et sagligt formål, hvilket vil være tilfældet, hvis personoplysninger behandles for at kunne gennemføre kundens køb og levere de købte produkter. Heraf følger også, at din virksomhed skal have et behandlingsgrundlag for at kunne behandle oplysningerne. Når din virksomhed behandler personoplysninger i forbindelse med kundernes køb på en e-handelsplatform, vil behandlingsgrundlaget ofte være, at *behandlingen er nødvendig af hensyn til opfyldelse af en kontrakt, som den registrerede er part i, eller af hensyn til gennemførelse af foranstaltninger, der træffes på den registreredes anmodning forud for indgåelse af en kontrakt.*

Derudover skal behandlingen være nødvendig for at forfølge det pågældende formål. Det betyder, at personoplysninger i forbindelse med et køb kun kan behandles, hvis oplysningerne er nødvendige for, at din virksomhed kan gennemføre kundens køb, eksempelvis levere varen. Når din virksomhed beslutter hvilke oplysninger, en kunde skal afgive, er det således vigtigt at tænke over hvilke oplysninger, der er "need-to-have", og hvilke oplysninger, der alene er "nice-to-have".

Der skal endvidere være proportionalitet mellem formålet og den konkrete behandling. Det betyder, at selv om en given behandling er nødvendig for at forfølge et sagligt formål, kan behandlingen stadig være så krænkende for de berørte personer, at behandlingen bliver disproportional. Eksempelvis vil det sjældent være nødvendigt eller proportionalt for din virksomhed at få kendskab til kundens seksuelle orientering i forbindelse med køb af dagligvarer på din virksomheds hjemmeside, hvorimod det selvfølgelig er nødvendigt at kende til en kundes adresse for at kunne levere de købte dagligvarer.

Endelig skal din virksomhed sikre, at der er tilstrækkelig sikkerhed og interne processer til korrekt håndtering af personoplysninger, herunder interne processer for at sikre sletning af oplysninger.

Perioden for hvor længe, din virksomhed må opbevare de indsamlede oplysninger, afhænger af den pågældende behandlingsaktivitet, herunder formålet med behandlingen og typen af oplysninger. Det kan eksempelvis variere alt efter, om oplysningerne behandles til brug for at kunne kontakte kunden eller som en del af din virksomheds bogføring. Opbevaringsperioden for de forskellige oplysningstyper skal derfor fastsættes på baggrund af en konkret vurdering. Eksempelvis vil oplysninger, der er indsamlet i relation til køb på din virksomheds hjemmeside, og som anses for bogføringsmateriale, som udgangspunkt kunne opbevares i minimum

fem år fra udgangen af det år, hvor salget blev gennemført. Det følger af § 10 i bogføringsloven.

I forbindelse med online salg på din virksomheds hjemmeside er det også vigtigt at være opmærksom på din virksomheds oplysningspligt.

Oplysningspligten, der følger af GDPR, opfyldes som udgangspunkt skriftligt og hvis muligt elektronisk. Følgende oplysninger skal gives på tidspunktet for indsamlingen af oplysningerne fra kunden:

- a. identitet på og kontaktoplysninger for virksomheden,
- b. kontaktoplysninger for en eventuel databeskyttelsesrådgiver (hvis det er relevant),
- c. formålene med den behandling, som personoplysningerne skal bruges til, og det juridiske grundlag for behandlingen, der følger af GDPR, artikel 6,
- d. de legitime interesser, som forfølges af virksomheden, hvis behandlingen er baseret på GDPR, artikel 6, stk. 1, litra f),
- e. eventuelle virksomheder eller kategorier af virksomheder, der modtager personoplysningerne, og
- f. hvor det er relevant, at virksomheden agter at overføre personoplysninger til et land uden for EU/EØS, og i så fald det juridiske grundlag, hvorpå oplysningerne overføres, og hvordan der gives en kopi heraf, eller hvor dette er blevet gjort tilgængeligt.

Udover ovenstående oplysninger skal det konkret vurderes, om det er relevant også at give nedenstående oplysninger:

- g. det tidsrum, hvor personoplysningerne vil blive opbevaret, eller hvis dette ikke er muligt, de kriterier, der anvendes til at fastlægge dette tidsrum,
- h. de registreredes ret til at anmode virksomheden om indsigt i og berigtigelse eller sletning af personoplysninger, eller begrænsning af behandling vedrørende den registrerede, eller til

at gøre indsigelse mod behandling samt retten til dataportabilitet,

- i. når behandling er baseret på samtykke, den registreredes ret til at trække samtykket tilbage på ethvert tidspunkt,
- j. retten til at indgive en klage til Data-tilsynet,
- k. om afgivelsen af personoplysninger er lovpligtig eller et krav i henhold til en kontrakt eller et krav, der skal være opfyldt for at indgå en kontrakt. Det kan eksempelvis være, at en kunde skal afgive kontooplysninger for at kunne købe et produkt, da det vil være et krav for at indgå en aftale om købet. Derudover skal virksomheden give den registrerede besked om hvorvidt, denne har pligt til at give personoplysningerne og de eventuelle konsekvenser af ikke at give sådanne oplysninger, og
- l. anvendelsen af automatiske afgørelser, herunder profilering, og i disse tilfælde som minimum meningsfulde oplysninger om logikken samt betydningen og de forventede konsekvenser af en sådan behandling for den registrerede.

Virksomheder bør anlægge det udgangspunkt, at oplysningerne under pkt. g til l altid bør gives.

Der er ikke krav til i hvilket format, oplysningerne skal gives, men langt de fleste virksomheder vælger at give disse oplysninger gennem en privatlivspolitik. Hertil følger, at oplysningerne skal gives til kunden på en tydelig, kortfattet og letforståelig måde, samt være tydeligt adskilt fra andre oplysninger. Som udgangspunkt anbefales det derfor, at de påkrævede oplysninger ikke gives som en del af handelsbetingelserne eller som en del af en eventuel cookiepolitik.

Din virksomhed skal på eget initiativ give kunden de nævnte oplysninger, når der indsamles personoplysninger om vedkommende. Det betyder, at din virksomhed skal tage aktive skridt til at give



oplysningerne senest samtidig med, at oplysningerne indsamles, og det vil derfor ikke være tilstrækkeligt blot at have offentliggjort oplysningerne på din virksomheds hjemmeside, hvorefter kunden selv skal finde oplysningerne.

I en købsituation betyder det eksempelvis, at kunden - inden denne afslutter købet og afgiver vedkommendes oplysninger - skal gøres opmærksom på hvordan, din virksomhed agter at behandle vedkommendes oplysninger. Det kan bl.a. gøres ved, at din virksomhed indsætter et link til virksomhedens privatlivspolitik i forbindelse med, at kunden bekræfter købet og accepterer handelsbetingelserne. Det er vigtigt at bemærke, at en privatlivspolitik ikke skal accepteres - den skal blot ”meddeles”.

Der er visse situationer, hvor en virksomhed er undtaget fra at opfylde oplysningspligten. Det vil formentlig være sjældent, at disse undtagelser vil finde anvendelse i forbindelse med en e-handelsplatforms behandling af personoplysninger, og det er derfor ikke yderligere beskrevet i denne guide.

Hvis du vil vide mere om oplysningspligten, henvises [her](#) til Datatilsynets vejledning om de registreredes rettigheder.

2.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige *EU-lande og Norge* gælder der generelt de samme krav som i Danmark for så vidt angår e-handelsvirksomhedens behandling af personoplysninger (se nærmere under punkt 15 i Questionnairet).

Nogle nationale tilsynsmyndigheder har dog udstedt retningslinjer vedrørende forhold, der ikke er direkte beskrevet i GDPR eller national lovgivning. Det er blandt andet forhold, såsom opbevaringsperioder, og hvordan oplysningspligten skal iagttages.

Før en virksomhed indretter sin behandling af personoplysninger efter andre lan-

des krav og retningslinjer, er det relevant at overveje, om virksomheden reelt set er etableret i andre lande end Danmark, og hvorvidt det derfor er nødvendigt at indrette sin behandling efter de øvrige landes krav og retningslinjer.

Hvor en virksomhed udelukkende er etableret i Danmark, finder anden national lovgivning ikke nødvendigvis anvendelse, og opbevaringsperioderne skal derfor ikke fastsættes med hensyn til udenlandsk særlovgivning. Et eksempel herpå er en e-handelsvirksomhed, der udelukkende er etableret i Danmark, men samtidig sælger produkter til kunder i Frankrig og Tyskland. Her vil opbevaringsperioden for oplysninger relateret til salg af virksomhedens produkter generelt være fem år fra udgangen af året, hvor salget er foretaget efter den danske bogføringslov, hvorimod opbevaringsperioder, der følger af lignende lovgivning i Frankrig eller Tyskland, ikke finder anvendelse.

3 COOKIES

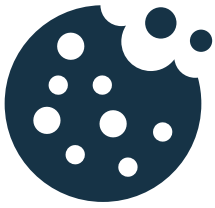
Husk, at hvis din virksomhed bruger cookies på din virksomheds hjemmeside, er det vigtigt at sikre, at brugerne af hjemmesiden gøres opmærksomme på, at der anvendes cookies og modtager tilstrækkelig information herom, og at der ikke sættes cookies, før en bruger har givet samtykke (ud over nødvendige cookies).

3.1 Reguleringen i Danmark

Cookies er små tekstfiler, som en hjemmeside kan anbringe på en computers harddisk, en smartphone eller andet elektronisk udstyr. Det er vigtigt at være opmærksom på, at reglerne, der regulerer brugen af cookies, ikke kun gælder for cookies. Reglerne er teknologineutrale, hvilket vil sige, at beskyttelsen af de registrerede - eksempelvis brugere på en hjemmeside - bør være uafhængig af hvilken funktionalitet, der anvendes til at indsamle oplysningerne. Ved gennemgangen af reglerne nedenfor tages dog alene udgangspunkt i cookies som den anvendte teknologi.



Vejledning om
de registreredes
rettigheder



For så vidt angår cookies, findes der overordnet to typer af cookies: ”midlertidige” cookies og ”permanente” cookies. De midlertidige cookies er knyttet til det aktuelle besøg på en hjemmeside og slettes automatisk, når brugeren lukker sin webbrowser. De permanente cookies vil derimod blive lagret på udstyret. Permanente cookies sletter sig selv efter en vis periode men vil blive fornyet hver gang, en specifik hjemmeside besøges.

Der skal tages højde for formålet med de satte cookies. Eksempelvis må der altid sættes/læses nødvendige cookies, når en bruger besøger en hjemmeside. Nødvendige cookies er cookies, der muliggør kernefunktionalitet på en hjemmeside, såsom sikkerhed, netværksstyring, tilgængelighed og samtykkestyring. Brugeren skal give forudgående samtykke til brugen af alle andre cookies end nødvendige cookies.

Cookies kan blive placeret på en hjemmeside af både hjemmeside-ejeren og af tredjeparter. Man skelner her mellem førsteparts- og tredjepartscookies.

Når din virksomhed vælger at gøre brug af cookies på din virksomheds hjemmeside, er det vigtigt at sikre:

1. at brugerne gøres opmærksomme på, at der anvendes cookies, og modtager tilstrækkelig information herom, og
2. at der ikke sættes cookies, før en bruger har givet samtykke (ud over nødvendige cookies).

Et cookiesamtykke skal leve op til kravene for et gyldigt samtykke under GDPR. Det er derfor først og fremmest vigtigt, at din virksomhed sikrer, at cookiesamtykker lever op til de krav, som er beskrevet oven for i afsnit 2.1. Udover de oplysninger, der kræves under GDPR, skal brugeren også have oplysninger om de satte cookies' funktionsvarighed, herunder om det er midlertidige eller permanente cookies, og såfremt det er permanente cookies, skal der gives information om opbevaringsperioden. Derudover skal

din virksomhed give oplysninger om tredjemands adgang til oplysningerne, herunder om der er tale om første- eller tredjeparts cookies, og hvis der er tale om tredjepartscookies, skal identiteten af tredjeparten oplyses.

Et cookie-samtykke skal endvidere være udtryk for en aktiv handling. Det er således ikke tilstrækkeligt med stiltiende samtykke eller et forhåndsafkrydset afkrydsningsfelt. En aktiv handling vil eksempelvis være:

- at den registrerede sætter kryds i et felt ved besøg på et websted,
- den registreredes valg af tekniske indstillinger til informationssamfundstjenester, og/eller
- en anden erklæring eller handling, der tydeligt i denne forbindelse tilkendegiver den registreredes accept af den foreslåede behandling af vedkommendes personoplysninger.

Endelig er det vigtigt, at brugeren gives mulighed for at ændre sine præferencer eller tilbagekalde sit samtykke til cookies med udgangspunkt i formålet med den/de pågældende cookies, dvs. at brugeren skal kunne tilvælge statistikcookies men ikke markedsføringscookies. Hvis ikke brugeren afgiver sit samtykke til, at der sættes cookies, må der kun sættes nødvendige cookies.

3.2 Fokuspunkter i de øvrige EU-lande og Norge

I de øvrige EU-lande og i Norge gælder der generelt de samme krav som i Danmark for så vidt angår placering af cookies på en e-handelsvirksomheds hjemmeside (se nærmere under punkt 16 i Questionnaire).

Der er dog fortsat enkelte lande, der fastholder en noget anderledes tilgang til placering af cookies på en hjemmeside. Det gælder særligt for *Norge* og *Spanien* i forhold til hvornår, der anses at være afgivet samtykke til placering af cookies.

I Norge er der ikke noget krav om, at samtykket skal leve op til kravene i GDPR, som nævnt oven for i afsnit 3.1, og samtykke kan gives ved, at en bruger ikke har indstillet sin browser til at blokere cookies.

I Spanien anses samtykke for at være afgivet, når en bruger fortsætter med at anvende hjemmesiden, og det er derfor ikke påkrævet aktivt at sætte kryds i en boks. Virksomheden skal dog oplyse om hvad, det medfører at fortsætte med at browse på hjemmesiden.

Det anbefales dog, til trods for ovenstående, at en virksomhed, i forbindelse med placering af cookies og særligt, hvis den er etableret i Danmark, sørger for at indhente et aktivt samtykke, der lever op til kravene som nævnt ovenfor i afsnit 3.1.

KAPITEL VI - MOMS

1 MOMS

Husk, at salg af varer og tjenesteydelser er momspligtigt, og at din virksomhed skal momsregistreres i Danmark, når din virksomhed sælger varer og tjenesteydelser til kunder i Danmark og andre lande i EU.

1.1 Reguleringen i Danmark i forhold til salg til EU-lande

Reglerne om moms i relation til bl.a. e-handel mellem virksomheder og forbrugere er harmoniseret i EU. Det betyder, at alle EU-lande har ensartet lovgivning. Der gælder særlige regler ift. Norge (læs mere herom i afsnit 1.2 nedenfor).

Salg af varer og tjenesteydelser er momspligtigt, og din danske virksomhed, som sælger varer og tjenesteydelser til kunder i Danmark og andre lande i EU, skal derfor momsregistreres i Danmark (hvilket sker på: [her](#)).

1.1.1 Handel med varer

Din virksomheds salg af varer til danske

kunder (både virksomheder og forbrugere) skal ske med 25% dansk moms.

Din virksomheds salg af varer til virksomheder i andre EU-lande skal ske uden moms. Kundens momsnummer skal angives på fakturaen, ligesom det skal angives på fakturaen, at leverancen er uden moms, eksempelvis ved at angive "zero-rated", "free of VAT" eller lignende (da kunden betaler moms i sit hjemland).

Din virksomheds salg af varer til forbrugere i andre EU-lande skal som udgangspunkt ske med dansk moms. Hvis din danske virksomhed er ansvarlig for fragten af den solgte vare, og det årlige salg til det pågældende land overstiger en vis beløbsgrænse fastsat for det pågældende land, som uddybet nærmere nedenfor, skal din danske virksomhed dog også momsregistreres i forbrugerens hjemland og opkræve dette lands moms. Din danske virksomhed kan også frivilligt lade sig momsregistrere i forbrugerens land, uanset at beløbsgrænsen ikke er nået. Det vil være en fordel, hvis momssatsen i forbrugerens land er lavere end den danske sats på 25%, hvilket vil gøre din virksomheds varer billigere for forbrugeren i det pågældende land.

De enkelte landes beløbsgrænser for fjernsalg kan ses [her](#).

Fra 1. januar 2021 er der udelukkende pligt til momsopkrævning i forbrugerens land, hvis det årlige salg til forbrugere i hele EU overstiger EUR 10.000 om året (beløbsgrænsen er dermed ikke længere landespecifik). Fra samme dato ændres kravet om momsregistrering i de enkelte lande til en såkaldt mini-one-stop-shop ordning. Ordningen medfører, at momsafregning til andre lande kan ske via Skattestyrelsens hjemmeside fremfor, at momsindberetning skal ske i hvert enkelt land. Din virksomhed kan frivilligt lade sig omfatte af ordningen, selvom beløbsgrænsen ikke er nået. Det vil være en fordel, hvis momssatsen i forbrugerens land er lavere end den danske sats på 25%.



Beløbsgrænser for fjernsalg



indberet.virk.dk

Hvis din virksomhed bliver momsregistreret i et andet EU-land, indebærer det, at din virksomhed i forbindelse med din virksomheds salg af varer til kunder i det pågældende land skal overholde dette lands regler med hensyn til momssats, fakturakrav og indberetningsfrister.

Vær opmærksom på, at nogle EU-lande har differentierede momssatser. Det skal derfor for hver enkelt varetype undersøges hvilken momssats, der gælder. Oplysninger om de enkelte landes momssatser, fakturakrav og indberetningsfrister mv. kan findes her: [her](#).

Vær også opmærksom på, at for en række varetyper kan der gælde særlige regler, herunder brugte varer og punktafgiftspligtige varer, eksempelvis øl, vin, spiritus, tobak, chokolade mv.

1.1.2 Handel med ydelser

Salg af ydelser til danske kunder (både virksomheder og forbrugere) er momspålagt og skal derfor ske med 25% dansk moms. Visse ydelser er dog momsfri, eksempelvis online-spil.

Salg af ydelser til virksomheder i andre EU-lande skal ske uden moms. Kundens momsnummer skal angives på fakturaen, og det skal stå på fakturaen, at kunden betaler moms i sit hjemland (eksempelvis ved angivelse af "zero-rated", "free of VAT" eller lignende).

Salg af visse digitale ydelser, eksempelvis elektroniske ydelser til forbrugere i andre EU-lande, skal ske med dansk moms, hvis salget til forbrugere inden for EU ikke overstiger EUR 10.000 (ikke land-specifikt) inden for et kalenderår. Overstiger salget til forbrugere inden for EU EUR 10.000 inden for et kalenderår, skal din danske virksomhed momsregistreres samt indberette og betale moms i alle de lande, hvor din virksomhed sælger ydelser til private. Din virksomhed kan også vælge at lade sig registrere i ét land og indberette og betale moms der. Ordning

hedder one-stop-shop og indebærer, at momsindbetalingen til de andre lande sker via én indberetning.

Din danske virksomhed kan også frivilligt lade sig momsregistrere i forbrugerens land. Det vil være en fordel, hvis momssatsen i forbrugerens land er lavere end den danske sats på 25%.

En momsregistrering i et andet EU-land indebærer, at din virksomhed i forbindelse med virksomhedens salg af tjenesteydelser til kunder i det pågældende land skal overholde dette lands regler med hensyn til momssats, fakturakrav og indberetningsfrister.

Bemærk, at nogle EU-lande har differentierede momssatser. Det skal derfor for hver enkelt ydelse undersøges hvilken momssats, der gælder. Oplysninger om de enkelte landes momssatser kan findes her.

Bemærk også, at for andre typer ydelser gælder andre regler. Det gælder eksempelvis ydelser vedrørende personbefordring, ydelser inden for kultur, kunst, sport, videnskab, undervisning, underholdning og lignende (for eksempel udstillinger, ballet, teater, koncerter, sportskampe).

Yderligere oplysninger kan fås hos Skattestyrelsen:

- One-stop-shop og ydelser: [her](#)
- Moms ved salg af varer og ydelser i EU: [her](#)

1.2 Reguleringen i Danmark i forhold til salg til Norge

Salg af varer til Norge er fritaget for moms i Danmark. Norske regler afgør, om kunden skal betale norsk importmoms og told.

Salg af ydelser til kunder i Norge er også som udgangspunkt fritaget for moms i Danmark. Følgende ydelser er dog kun



Momssatser,
fakturakrav og
frister



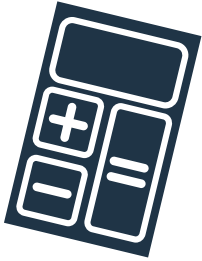
One-stop-shop
og ydelser



Moms i EU

fritaget, hvis de benyttes eller udnyttes i Norge:

- teleydelser,
- radio- og tv-spredningstjenester,
- salg af rettigheder,
- reklame,
- rådgivning, og
- udlejning af løsørestande.



Danske virksomheder skal i visse situationer momsregistreres i Norge. Det gælder for eksempel, når danske virksomheder tilbyder elektroniske ydelser til norske privatpersoner. Endvidere må det forventes, at der i løbet af 2020 indføres en pligt til momsregistrering ved salg af varer til lav værdi (værdi op til NOK 3.000) til privatpersoner.

Det anbefales, at en norsk advokat konsulteres vedrørende evt. pligt til momsregistrering i Norge.

KAPITEL VII - TIPS TIL MERE INFO

Hvis du vil finde mere information om de regler, der er relevante for e-handel, kan du blandt andet anvende nedenstående hjemmesider;



Erhvervsstyrelsens hjemmeside om Nye Forretningsmodeller og e-handel:
www.nyeforretningsmodeller.dk/e-handel



Forbrugerombudsmandens hjemmeside og Forbrugerombudsmandens Net tjek-guide:
www.forbrugerombudsmanden.dk/media/18319/nettjek.pdf



Erhvervsstyrelsens hjemmeside om cookies:
www.erhvervsstyrelsen.dk/cookies



De Nordiske Forbrugerombudsmands Standpunkt til handel og markedsføring på internettet:
www.forbrugerombudsmanden.dk/media/46620/standpunkt-vedroerende-markedsfoering-og-ehandel-2010-rev-2015.pdf



Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens hjemmeside om bl.a. fortrydelsesret og mangler:
www.forbrug.dk



Datatilsynets hjemmeside om behandling af personoplysninger:
www.datatilsynet.dk



Patent- og Varemærkestyrelsens hjemmeside om varemærker:
www.dkpto.dk



DK Hostmasters hjemmeside om domænenavne:
www.dk-hostmaster.dk



FDIH's hjemmeside om bl.a. geoblocking, spam og oplysningskrav:
www.fdi.dk

BILAG 1-5 - QUESTIONNAIRES

Disse questionnaires indeholder en række forskellige temaer samt de svar og spørgsmål, som har dannet grundlag for e-handelsguiden. Questionnairets kolonne nummer to indeholder spørgsmålene, og kolonne nummer tre indeholder svaret på spørgsmålet i forhold til, hvad der gælder i Danmark. Herefter følger de enkelte landes svar i kolonne nummer fire og fem. De enkelte landes besvarelser skal holdes op imod de danske svar. Hvis der af de enkelte landes besvarelser fremgår "Same applies" gælder der det samme, som fremgår af det danske svar.

Udarbejdet med input fra følgende udenlandske advokatkontorer:

Sverige



Norge



Tyskland



Holland



Spanien



Italien



Frankrig



Belgien



Polen



Finland



