



Europa-
Kommissionen

DATABLAD FOR DANMARK

DECEMBER 2015

DIGITALE AFTALER FOR EUROPA



Hvad er det uudnyttede potentiale i grænseoverskridende e-handel i Danmark?

Virksomheder

Trods den hurtige vækst i e-handel får de fleste virksomheder i Danmark ikke det maksimale ud af det digitale indre marked.

Kun 8% af de danske detailhandlere sælger online til kunder i andre EU-lande, mens **mere end fire gange** så mange (35%) sælger online i deres eget land.



Forskelle i de nationale aftalelovgivninger er en væsentlig hindring for grænseoverskridende salg for **en ud af fem danske detail-**

handlere (22%), der i øjeblikket sælger online.

Hvis de samme regler for e-handel var gældende i hele EU, ville **53% af danske virksomheder**, der enten aktivt udfører eller er interesseret i grænseoverskridende onlinehandel, »helt sikkert« eller »i en vis grad« starte eller øge deres grænseoverskridende onlinesalg.



Forbrugere

Forbrugerne i Danmark går også glip af mulighederne ved et større produktudvalg og bedre priser. **Kun 36%** af de danske forbrugere køber online fra andre EU-lande, mens 66% køber online i deres eget land.



Den ringe tillid spiller en vigtig rolle: **Kun 51% af de danske forbrugere føler sig sikre ved at købe online fra et andet EU-land.**

Tre ud af ti forbrugeres største bekymring ved at købe online fra andre EU-lande er relateret til centrale aftalelovgivningsrettigheder såsom manglende levering af deres ordre, levering af et forkert eller beskadiget produkt eller reparation og erstatning af et fejlbehæftet produkt.

49% af de danske forbrugere, der har anvendt fire populære typer **digitalt indhold** (musik, spil, anti-virus-software

og skylagring) i de seneste 12 måneder, har oplevet **mindst ét problem** relateret til kvaliteten af, adgangen til eller vilkår og betingelser for det indhold, de havde betalt for. Desuden havde 39% oplevet mindst ét problem med indhold, som de ikke havde betalt for med penge.



39%

Hvilken løsning foreslår Europa-Kommissionen?

Kommissionen foreslår to direktiver: et for digitalt indhold og et andet for varer. Sammen vil de sikre, at de samme centrale aftalelovgivningsregler er gældende i hele EU for onlinekøb af varer og levering af digitalt indhold.

Virksomheder

Hvordan vil disse direktiver forbedre livet for virksomhederne i Danmark?

Virksomheder i Danmark vil kunne levere digitalt indhold og sælge varer online til forbrugere i hele EU på basis af det samme sæt aftalelovgivningsregler. Dette vil øge retssikkerheden og skabe et erhvervsvenligt miljø.



Ved levering af digitalt indhold vil danske virksomheder undgå udgifter i forbindelse med lovgivningsmæssig fragmentering, der opstår som følge af manglen på EU-dækkende regler, og fordi nogle medlemsstater begynder at indføre specifikke nationale bestemmelser. Når virksomheder sælger varer, sparer de udgifterne i forbindelse med tilpasning til aftalelovgivningsreglerne i hver enkelt medlemsstat, som de ønsker at sælge i.



Fælles regler i hele EU vil reducere forbrugerbekymringer relateret til aftalelovgivning. Flere **forbrugere** vil føle sig tilskyndet til at **købe online i andre EU-lande** og derved skabe et marked på op til **70 millioner** grænseoverskridende onlinekøbere. Dette vil åbne nye markeder og især være gunstigt for små og mellemstore virksomheder (SMV'er), der skal opbygge deres kundegrundlag og ofte har brug for at komme ud over deres hjemmemarked.



Forbrugere

Hvordan vil disse direktiver forbedre livet for forbrugerne i Danmark?

Forbrugerne i Danmark får adgang til flere tilbud fra flere forhandlere i hele EU og vil derfor nyde godt af et **større udvalg af produkter til mere konkurrencedygtige priser**.

Forbrugerne vil have specifikke rettigheder med en høj grad af beskyttelse, når de får adgang til digitalt indhold

og køber varer online. For digitalt indhold vil reglerne være gældende, uanset om forbrugerne betaler med penge eller giver deres personlige data til leverandøren for at få adgang til indholdet (f.eks. ved blot at registrere).

DIGITALT INDHOLD:



Leverandørens ansvar for defekter: Hvis det digitale indhold er defekt, kan forbrugeren anmode om en afhjælpning. Der vil ikke være nogen tidsbegrænsning på leverandørens ansvar for sådanne defekter, fordi det digitale indhold – i modsætning til varer – ikke er udsat for slitage.



Omvendt bevisbyrde: Hvis det digitale indhold er defekt, vil det ikke være op til forbrugeren at bevise, at defekten var til stede ved leveringen, men i stedet være leverandøren, der skal bevise, at dette ikke er tilfældet. Dette er vigtigt, hvis man tager den tekniske natur af digitalt indhold i betragtning, hvor det især kan være svært for forbrugeren at bevise årsagen til et problem.



Ret til at opsige en aftale: Forbrugere vil have ret til at afbryde langtidsaftaler og aftaler, som leverandøren foretager væsentlige ændringer i.

VARER:



Omvendt bevisbyrde i to år: I øjeblikke behøver en forbruger i Danmark, der anmoder om en udbedring af et defekt produkt, ikke i en tidsperiode på seks måneder at bevise, at defekten var til stede på leveringstidspunktet. Det er op til sælgeren at bevise det modsatte. Den tidsperiode, hvor sælgeren har denne bevisbyrde, forlænges nu til to år.



Ingen meddelelsespligt: Forbrugerne mister ikke deres rettigheder, hvis de ikke oplyser sælgeren om en defekt inden for en bestemt tidsperiode, som det i øjeblikket ellers er tilfældet i Danmark.



Mindre defekter: Hvis sælgeren ikke er i stand til eller undlader at reparere eller erstatte et defekt produkt, vil forbrugerne have ret til at afbryde aftalen og modtage tilbagebetaling, også i tilfælde af mindre defekter.

Hvordan vil disse direktiver bidrage til økonomisk vækst?

Fjernelse af hindringer relateret til aftalelovgivning vil lette grænseoverskridende handel



Den øgede økonomiske aktivitet forventes at resultere i en stigning i **EU's BNP** på **4 mia. EUR** i forhold til det nuværende niveau.



Danmarks BNP forventes at stige med **51,5 mio. EUR**.




Øget konkurrence vil sænke forbrugerpriserne i hele EU. Dette vil føre til yderligere forbrugerwelfærd og anslås at ville øge husholdningsforbruget i EU med **18 mia. EUR** i forhold til det nuværende niveau.



I **Danmark** forventes faldet i forbrugerpriser at medføre en stigning i husholdningsforbruget på 212 mio. EUR.

KILDER:

- *Flash Eurobarometer 396 'Retailers' attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2015)*
- *Flash Eurobarometer 413 'Companies engaged in online activities' (2015)*
- *Eurostat Survey on Internet purchases by individuals (2015)*
- *Eurobarometer 397 'Consumer attitudes towards cross-border trade and consumer protection' (2014)*
- *'Consumer surveys identifying the main cross-border obstacles to the Digital Single Market and where they matter most', GfK (2015)*
- *'Economic Study on Consumer Digital Content Products', ICF International (2015)*
- *'The Macro-economic Impact of e-Commerce in the EU Digital Single Market' (2015)*

Věra Jourová, kommissær med ansvar for retlige anliggender, forbrugere og ligestilling mellem mænd og kvinder  #VeraJourova

Generaldirektoratet for Retlige Anliggender og Forbrugere  #EU_consumer  EUJustice  EUJustice

#DigitalSingleMarket
<http://ec.europa.eu/justice/dsm>



Publikationskontoret