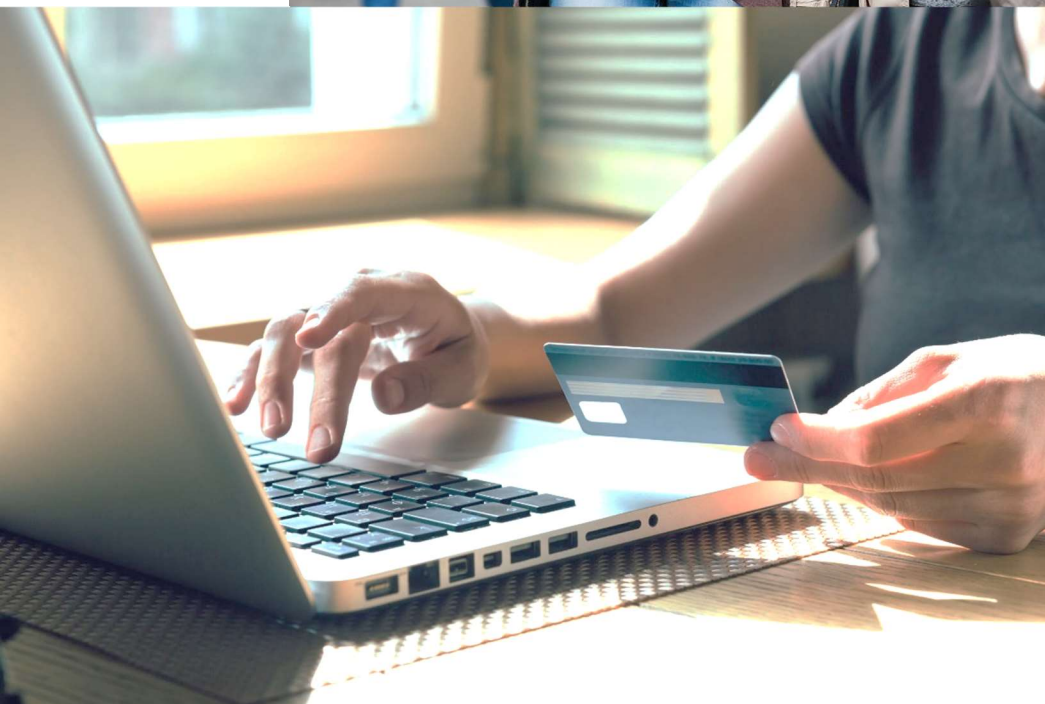




# Den Digitale Forbruger 2.0

Dansk Erhvervs forbrugerpolitiske oplæg 2018



# Den Digitale Forbruger 2.0

Dansk Erhvervs forbrugerpolitiske ønsker 2018

## Gode forbrugerforhold anno 2018 kræver nytænkning

DIGITALISERINGEN OG GLOBALISERINGEN HAR FORANDRET MARKEDET FUNDAMENTALT. DET SKAL FORBRUGERPOLITIKKEN TAGE HØJDE FOR, SÅ DEN UNDERSTØTTER MODERNE VIRKSOMHEDER OG FORBRUGERE.

Danske virksomheder lever af tilfredse kunder, der har tillid til dem og kommer igen. Gode forbrugerforhold giver tilfredse kunder og er nøglen til succes samt vækst. Virksomheder og forbrugere har derfor samme interesse i gode forbrugerforhold. Forbrugerreglerne er ikke kun vigtige for forbrugerne – de er også helt centrale rammevilkår for virksomhederne. Derfor er det vigtigt, at forbrugerreglerne er afbalancerede, klare og fungerer for både forbrugere og virksomheder.

### Digitaliseringen har revolutioneret markedet

Udviklingen går stærkt i disse år. Internettet, smartphones og tablets har gjort forbrugerne mobile og revolutioneret måden, hvorpå vi handler og kommunikerer. Digitaliseringen og globaliseringen har også forandret markedet og styrkeforholdet mellem forbrugere og virksomheder. Mange danske forbrugere er velinformede og stærke. De kender deres rettigheder og har mange muligheder for at reagere, hvis de føler sig dårligt behandlet.

Danske forbrugere er i EU's absolutte superliga, når handler om at bruge internettet og om at e-handle. De handler både i butikken på gågaden og i netbutikken – og i den sidste på alle tidspunkter af døgnet. Internettet går på tværs af geografiske grænser og gør det mindre væsentligt, om butikken ligger i baghaven eller i et andet land. Udbuddet er enormt, og når forbrugerne skal vælge, betyder brugeroplevelsen og tilliden til brandet eller butikken meget, ligesom prisen naturligvis også er vigtig.

Forbrugerne har værktøjer til at sammenligne priser og dele deres oplevelser med andre i brugeranmeldelser. Hvis servicen ikke lever op til forventningen, er de hurtige til at skrive en anmeldelse, som læses og påvirker tusindvis af andre forbrugere.

### Forbrugerne kræver hastighed og personaliseret service

Moderne forbrugere har travlt. Når de har handlet på nettet, vil de helst have varen hurtigt - og gerne samme dag. De gider ikke spille tid på irrelevante tilbud, men kræver personaliseret service og tilbud målrettet lige netop dem. Går det for langsomt, eller opleves tilbuddet som irrelevant, vælger de en anden virksomhed.

### Bæredygtighed og ansvarlighed er kommet i fokus

I disse år ses også en stigende bevidsthed om bæredygtige løsninger og et ønske om at handle ansvarligt samt genbruge ressourcerne. Cirkulær økonomi og deleøkonomi er nye fænomener, som påvirker forbruget.

### Virksomhederne følger med forbrugernes krav i benhård konkurrence

Forbrugerne stiller store krav til virksomhederne, som arbejder benhårdt på at leve op til deres forventninger. Virksomhederne er til stede både på nettet og i gågaden - og tilbyder salg via begge kanaler, så forbrugerne får fordelene fra begge, eksempelvis ved at hente en vare i butikken, som de har bestilt på nettet.

Virksomhederne etablerer kundeklubber og bruger sociale medier til dialog med deres kunder, bl.a. for at give gode tilbud eller oplevelser. De sociale medier giver også en nem adgang til at se, hvordan kunderne omtaler virksomheden og konkurrenter. Konkurrencen er benhård, og de udenlandske konkurrenter er kun et klik væk.

### Forbrugerpolitikken skal tilpasses fremtidens marked

Forbrugerpolitikken skal tage afsæt i virkeligheden og den faktiske forbrugeradfærd anno 2018 – ikke mindst de forandringer og muligheder, som digitaliseringen har givet. Der er brug for at nytænke kravene til forbrugerinformation, så den bliver relevant, lodig og afbalanceret. Alt for ofte består den af lange juridiske tekster, som forbrugerne ikke orker at læse. I stedet søger de hjælp via andres erfaringer, f.eks. via brugeranmeldelser.

Der ses også en tendens til, at forbrugerinformation på andre områder, f.eks. sundhed eller forbrugerkemi, har form af skræmmekampagner, hvor lovlige produkter betegnes som ”farlige” eller ”problematiske” på et manglende eller spinkelt grundlag. Det er både urimeligt, og det giver til sidst en ligegyldighed hos forbrugerne, som heller ikke er hensigtsmæssig.

### Forbrugerpolitikken skal være balanceret og beskytte de rigtige

Virksomheder lever af tilfredse kunder, der kommer igen – og de har intet incitament til at forsøge at snyde deres kunder. Desværre er det stadig udgangspunktet for megen lovgivning på forbrugerområdet, at alle virksomheder betragtes som brodne kar, ikke mindst de senere års EU-lovgivning. Det forhold, at der findes enkelte brodne kar bør ikke ligge det store flertal af virksomheder til last.

Samtidig oplever vi, at regler i stigende grad formuleres uden skelen til konsekvenserne for virksomhederne. Det fører til byrdefulde regler, der i de grelleste tilfælde tilmed beskytter en uhenigtsmæssig adfærd hos visse forbrugere, eksempelvis de forbrugere, der sender brugte varer retur til netbutikkerne. De byrdefulde regler giver et økonomisk tab, der i sidste ende fører til højere priser, og til at små og mellemstore virksomheder får sværere ved at klare sig i konkurrencen.

Der skal sættes hårdt ind overfor de få virksomheder, der bevidst svindle og bedrager deres kunder (de såkaldte brodne kar), men det store flertal af virksomheder, der overholder reglerne, skal betragtes som medspillere. Ligeledes skal lovgivningen ikke beskytte uhenigtsmæssig adfærd hos forbrugerne.

Den fremtidige forbrugerpolitik skal være afbalanceret og fungere i den virkelighed, som danske virksomheder og forbrugere befinder sig i anno 2018 – og tage afsæt i den moderne, grænseløse, mobile og i høj grad oplyste forbruger. Nedenfor kommer en række konkrete forslag til dette.

## Forbrugerinformation

INTERNETTET HAR GIVET FORBRUGERNE ADGANG TIL UENDELIG MEGEN INFORMATION. UDFORDRINGEN ANNO 2018 ER AT FINDE DET RELEVANTE OG TROVÆRDIGE. LOVGIVNINGENS KRAV OM LANGE JURIDISKE PLIGTTEKSTER SKAL TAGES OP TIL REVISION.

### **Et tidssvarende forbrugerbegreb – og tidssvarende forbrugerinformation**

De danske forbrugerlove tager fortsat udgangspunkt i en tid, hvor forbrugerne havde dårlig adgang til informationer, og vidensniveauet var lavere. I dag er virkeligheden helt anderledes. Danske forbrugere er blandt de bedst uddannede, og via sociale medier, TV, brugeranmeldelser m.v. er de godt informerede – faktisk så godt, at de tit ved mere end ekspedienten. Alligevel er det Dansk Erhvervs oplevelse, at der i lovgivningen ofte tages udgangspunkt i en lille gruppe meget svage forbrugere, og at alle forbrugere dermed behandles som svage.

Konsekvensen er, at forbrugerlovgivningen er fuld af lange informationsforpligtelser, som forbrugere skal have skriftligt og/eller mundtligt forud for et køb. Ofte har de form af lange juridiske tekster, som de svage forbrugere ikke orker at læse og måske ikke forstår – og de stærke i øvrigt heller ikke læser, fordi det er for omfattende. For virksomhederne opleves de mange informationsforpligtelser, som tilmed findes i flere forskellige love, som en byrde. Det er ikke hensigtsmæssigt, da det ikke giver reel forbrugerbeskyttelse.

### Dansk Erhverv foreslår

- At den danske forbrugerlovgivning - ligesom EU-reglerne - fremadrettet skal tage udgangspunkt i den gennemsnitlige forbruger.
- At der igangsættes et udredningsarbejde, der kan afdække, hvordan der sikres lodig og afbalanceret forbrugerinformation.
- At der laves en målrettet indsats for, hvordan de svage forbrugere bedst nås i stedet for at behandle alle forbrugere som svage.

### **Mere overskuelige aftalebetingelser ved e-handel**

Aftalebetingelser, ved f.eks. e-handel, bliver længere og længere. Dansk Erhverv og flere andre har tidligere undersøgt området, og mange forbrugere bliver irriterede, giver op og accepterer aftalebetingelser uden at læse dem. Dermed giver de lange betingelser ikke reel forbrugerbeskyttelse. For virksomhederne er det omvendt byrdefuldt at leve op til de mange informationskrav, som findes i flere forskellige love. Samtidig skal flere informationer gives på et varigt medium, hvilket ikke er tidssvarende i en digital verden og står i skarp kontrast til, at det er regeringens politik, at kontakten til det offentlige skal kunne ske digitalt.



Målet er forbrugerbeskyttelse, men resultatet er blevet et informations-*overload* af forbrugerne og byrder for virksomhederne. Der er brug for en forenkling af informationskravene og en skelnen imellem den information, der er så essentiel, at den er vigtig at få først – og den man har ret til, men som er mindre væsentlig eller kun for særligt interesserede. Altså en slags *need-to-read* og *nice-to-read*.

Dansk Erhverv vil gerne bidrage aktivt til et sådant arbejde, som eksempelvis kunne ske ved at nedsætte en arbejdsgruppe med deltagelse af både forbruger- og erhvervsrepræsentanter. Dette ville også være i tråd med det arbejde en række myndigheder, herunder Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, udfører vedrørende *behavioral economics*, der netop fokuserer på, hvad der virker ude i virkeligheden - for både forbrugere og virksomheder.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At gøre det lettere for forbrugere og virksomheder ved at forenkle informationskravene ved B2C e-handel efter *need-to-read/nice-to-read*-princippet, hvor de vigtigste ting i en aftale fremhæves.
- At regeringen nedsætter en arbejdsgruppe med deltagelse af Forbrugerrådet TÆNK og Dansk Erhverv, der udarbejder forslag til, hvordan en sådan sondring konkret kan udformes på forskellige områder.
- At krav om papirdokumentation skal undgås i en digital verden, og at hjemmesider i visse tilfælde skal kunne fungere som varigt medium.

#### **En troværdig og balanceret offentlig forbrugerinformation**

Den offentlige forbrugerinformation er samlet på forbrugerportalen forbrug.dk. Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen, der driver forbrug.dk, skriver følgende om forbrug.dk: "Den offentlige forbrugerportal - Vi hjælper dig med råd, rettigheder og klager".

I de senere år er en stor del af informationerne på forbrug.dk udsprunget af afgørelser fra Forbrugerklagenævnet. Forbrugerklagenævnets sekretariat er flyttet ud af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen i Valby til "Nævnenes Hus" i Viborg under selvstændig ledelse. Vi ønsker, at information om forbrugerjura, rettigheder og pligter fortsat skal udgøre en central del af nyhederne på forbrug.dk, da det er vigtig forbrugerinformation, som har stor betydning for både forbrugere og virksomheder. Det er derfor afgørende at der sikres et tæt samarbejde mellem KFST og Nævnenes Hus, således at nyhederne på forbrug.dk udarbejdes i samarbejde med fagmedarbejderne i Forbrugerklagenævnets sekretariat.

Verden og lovgivningen bliver stadig mere kompleks, og det giver forbrugerne nye udfordringer. Digitaliseringen har givet flere muligheder – men også risiko for at blive snydt og vildledt af kriminelle. Dertil kommer at danskere i stor stil køber på udenlandske hjemmesider, også udenfor EU, hvor reglerne er forskellige, og hvor det er svært for myndighederne at gribe ind overfor overtrædelser. Det giver forbrugerne et større ansvar og kræver viden samt kritisk sans at manøvrere.

Det samme gælder komplekse regler som geoblocking-forordningen, der giver forbrugerne ansvar for en række ting, som netbutikkerne normalt har ansvar for. Her er der brug for information til forbrugerne om de ting, som de selv har ansvar for og hjælp til, hvad de kan gøre for at undgå skuffelser og snyd.

Tidligere blev den offentlige forbrugerinformation drøftet i ForbrugerForum, som havde deltagelse af både forbruger- og erhvervsorganisationer, men i dag er der ingen formaliseret dialog med de berørte interessenter. Vi ønsker ikke ForbrugerForum genoplivet, men efterlyser en referencegruppe eller lignende med de mest berørte interessenter.

### Dansk Erhverv foreslår

- At forbrug.dk under KFST fastholdes som den centrale offentlige forbrugerportal, selvom Forbrugerklagenævnets sekretariat er flyttet til Viborg.
- At det sikres, at Forbrugerklagenævnets sekretariat bidrager til nyhederne på forbrug.dk.
- At forbrug.dk også fokuserer på at give gode råd og informationer om digitalt selvforvar, ansvar og udfordringer ved handel på udenlandske hjemmesider.
- At der til forbrug.dk tilknyttes en referencegruppe med de vigtigste interessenter fra forbruger- og erhvervssiden, således at det sikres, at indholdet på forbrug.dk er aktuelt, korrekt og relevant for såvel forbrugere som erhvervsdrivende.

### **Troværdige tests**

Forbrugertest er populært stof i både trykte og virtuelle medier. En befolkningsundersøgelse fra Dansk Erhverv viser, at et stort flertal af danske forbrugere læser tests og svarer, at tests har indflydelse på deres forbrugsvalg. Det er vigtigt, at forbrugertests er troværdige og korrekte. Både af hensyn til forbrugerne, men også til virksomhederne, der risikerer at blive dømt ude af markedet på et ufuldstændigt eller forkert grundlag.

Desværre er kvaliteten af de mange tests varierende, og det kan være uklart, hvordan de valgte testmetoder gennemføres. Dansk Erhverv mener, der er brug for at få fastlagt etiske standarder for, hvordan forbrugertests generelt bør udføres. Der eksisterer allerede respekterede internationale standarder, der kan hentes inspiration fra. Nogle af de krav, der bør stilles til en seriøs test, er bl.a., at de virksomheder, hvis produkter testes, skal høres, og at dokumentation for testresultater, testmetode og valg af kriterier samt baggrund skal være redelige og fremlægges åbent. Ligeledes skal tests altid gøre opmærksom på, om der testes for forhold, der ligger udover lovgivningen eller vedtagne standarder. Hvis en test indebærer prissammenligninger, skal den leve op til Forbrugerombudsmandens retningslinje for prissammenligninger, herunder at sammenligninger skal være imellem identiske varer.

Det er særlig vigtigt, at tests og prissammenligninger udført af offentlige institutioner, eller tests finansieret for offentlige midler, er troværdige. I Tyskland har regeringen lavet retningslinjer for gode forbrugertests, der samler testorganisationer og virksomheder. Dette kunne man med fordel lade sig inspirere af i Danmark.

### Dansk Erhverv foreslår

- At regeringen igangsætter et arbejde med at fastlægge etiske krav til troværdige tests. Disse krav skal bygge på eksisterende internationale standarder og bl.a. sikre repræsentativitet, høring og transparens.
- At forbrugertests/pristjek foretaget af offentlige myndigheder (f.eks. KFST), skal leve op til de gængse internationale standarder og Forbrugerombudsmandens retningslinjer.
- At forbrugertests, som er helt eller delvist finansieret for offentlige midler, ligeledes skal leve op til de gængse internationale standarder.
- At den tyske model for retningslinjer for gode forbrugertests undersøges med henblik på, om modellen kan overføres til Danmark.

### **Brugeranmeldelser skal være troværdige**

Brugeranmeldelser er vokset i popularitet og blevet et værktøj, som mange bruger, inden de afgør, hvor de vil handle, eller hvad de vil købe. Dermed bliver det stadig vigtigere, at de er skrevet af rigtige forbrugere, der har en konkret oplevelse med den virksomhed, det produkt eller den ydelse, som de skriver om. Der er desværre flere eksempler på falske brugeranmeldelser fabrikeret af firmaer eller personer, der er blevet betalt for at skrive falske anmeldelser.

Hvis ikke brugeranmeldelserne er til at stole på, mister de værdi for både forbrugere og virksomheder. Dertil risikerer de at gøre stor økonomisk skade på de virksomheder, der får et dårligt omdømme uden grund. Forbrugerombudsmanden har på Dansk Erhvervs opfordring udarbejdet en retningslinje for brugeranmeldelser, og det vil Dansk Erhverv gerne takke for. Nu er det naturligvis vigtigt, at retningslinjen også får effekt i markederne.

### Dansk Erhverv foreslår

- At Forbrugerombudsmanden har fokus på at håndhæve retningslinjen om brugeranmeldelser for at sikre, at disse er troværdige.
- At Forbrugerombudsmandens retningslinje evalueres, og at erfaringer indarbejdes.

### **Prissammenligninger skal være retvisende – også over grænserne**

Flere og flere forbrugere benytter elektroniske prissammenligningstjenester til at danne sig et overblik over markedet, når de handler på nettet og i fysiske butikker. Det er vigtigt for både forbrugere og virksomheder, at prissammenligningstjenester giver et retvisende billede. Det skal være identiske varer, der sammenlignes, prisen skal vises inklusiv alle skatter og afgifter, og man skal ikke kunne betale sig til en bedre placering. Ved grænseoverskridende prissammenligninger er det væsentligt, at prisen vises inklusiv de lovpligtige skatter og afgifter for de virksomheder, der markedsfører sig mod danske forbrugere. Hvis der er tale om passivt salg, skal prissammenligningstjenesten gøre forbrugerne opmærksomme på, at de selv skal betale afgifter, og at varerne skal blive pålagt moms, told og importafgift.

## Dansk Erhverv foreslår

- At der er fokus på at sikre retvisende og troværdige prissammenligningssider via en effektiv håndhævelse.
- At EU-Kommissionens kriterier for prissammenligningssider udbredes, så der skabes ensartethed ved prissammenligninger over grænserne.
- At priser i grænseoverskridende prissammenligninger skal angives med lovpligtig moms, skat og afgifter, hvis der er tale om virksomheder, der markedsfører sig mod danske kunder.
- At prissammenligningstjenester ved prissammenligninger med priser fra udenlandske virksomheder, som ikke henvender sig til det danske marked (og derfor ikke skal svare dansk moms) skal gøre forbrugerne opmærksomme på, at de selv skal betale eventuelle afgifter, og at varerne kan blive pålagt moms, told og importafgift.

### **Bookingportalernes brug af prisklausuler gør overnatning dyrere**

På rejsemarkedet har digitaliseringen og globaliseringen også haft en stor effekt. Forbrugerne kan sidde i sofaen og skræddersy deres rejser, og det gør de i stor stil. Når der skal vælges overnatning, orienterer de sig i dag i høj grad via bookingportaler som hotels.com, booking.com, Expedia.com m.fl. Denne adfærd har været medvirkende til, at særligt hoteller, men også andre leverandører af overnatningsfaciliteter og rejseydelser, er blevet afhængige af at indgå samarbejde med bookingportalerne, hvis de skal nå deres kunder.

Bookingportalerne giver et hurtigt overblik for forbrugerne, og de er ved første øjekast en attraktiv og smart måde for den enkelte til at blive sin egen rejsearrangør. Samtidig er det en naturlig udvikling, som følger af øget digitalisering og teknologisk udvikling. Men dette online rejsemarked har desværre en bagside.

Mange af de populære bookingportaler er ejet af to store globale spillere, Expedia Inc. og Booking Holdings, som dermed har en dominerende stilling på markedet og af mange opfattes som et globalt duopol. De tager op til 25 pct. af værelsesprisen for at formidle en overnatning. De har indsat prisklausuler i aftalerne med overnatningsstederne, der forbyder hotellerne at sælge hotelværelser billigere på deres egen hjemmeside end den pris, som bookingportalen sælger værelserne til<sup>1</sup>. Det begrænser konkurrencen og kan føre til et unødvendigt højt prisniveau, når hotellerne ikke kan give bedre tilbud på deres egne hjemmesider.

På online-markedet for udlejning af ferieboliger er markedet karakteriseret af et bredt udvalg af online-rejsebureauer. Det er i den forbindelse tankevækkende, at provisionssatserne på ferieboligområdet - grundet større konkurrencen på ferieboligområdet - er betydeligt lavere (typisk 11-13 pct.) end på hotelområdet. Det er uagtet, at ydelsen er stort set den samme. Dette kunne tyde på, at der er misbrug af markedsposition på markedet for online-hotelværelser.

---

<sup>1</sup> ] Denne type prisklausul kaldes en snæver prisklausul. Tidligere har der også eksisteret brede prisklausuler, som dikterede, at hotellerne skulle sælge til samme pris på de bookingportaler, som de har aftaler med. Disse er nu udfaset.



Prisklausuler hæmmer konkurrencen og er forbudt på en lang række andre områder. I Tyskland har den tyske konkurrencemyndighed domstolsprøvet sagen om prisklausuler med det resultat, at konkurrencemyndighederne fik medhold, da det blev vurderet, at prisklausulerne både er prisbegrænsende i sig selv og samtidig hindrer adgang til markedet for nye bookingportaler. Sagen er endvidere taget op i en lang række andre lande, herunder Sverige, Frankrig, Italien, Øst-rig og Schweiz.

Det er positivt, at erhvervsminister Brian Mikkelsen efter betydeligt pres fra Dansk Erhverv har bedt de danske konkurrencemyndigheder om at foretage en analyse af konkurrencesituationen blandt hotelbookingplatforme for at få belyst, om der er særlige konkurrencemæssige udfordringer for hotellerne.

Hvis bookingportalerne får lov til fortsat at anvende prisklausuler ift. hotellerne, betyder det, at forbrugerne ikke får adgang til den bedste pris, som markedet ellers ville kunne tilbyde.

Dansk Erhverv noterer med tilfredshed, at EU-Kommissionen behandler prisklausuler (parity clauses) i den offentlige konsultation om online-platforme, men Dansk Erhverv forholder sig skeptisk overfor, om dette vil resultere i konkrete regler indenfor en overskuelig årrække.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At den danske regering lægger pres på EU-Kommissionen om snarest mulig igangsættelse af en undersøgelse af effekten af bookingportalernes anvendelse af snævre prisklausuler i hotelkontrakterne, da disse anses for konkurrencebegrænsende.
- At EU-Kommissionen ydermere indleder en dialog med de to store globale spillere (Expedia Inc. og Booking Holdings) samt repræsentanter for det europæiske hotel erhverv for at finde en løsning på den konkurrencebegrænsende adfærd til gavn for forbrugere og erhvervslivet.

#### **Deleøkonomi under ordnede forbrugerforhold**

Deleordninger skyder op på en lang række områder og omfatter bl.a. abonnementsordninger på babytøj, genbrugstøj, deling af værktøj og køkkenudstyr, boligbytte ved ferier, samkørsel/m.v. Deleøkonomi kan være med til at begrænse forbruget af ressourcer og udnytte ekstra kapacitet. Det kan desværre også indebære at forskellige spillere på markedet underlægges forskellige vilkår for regulering (forbrugerbeskyttelseslovgivning, skattebetaling, arbejdsmiljøregler m.v.). Dansk Erhverv ser positivt på deleøkonomien. Det er dog vigtigt, at ordningerne ikke kan misbruges til at omgå de formelle regler og dermed resultere i unfair konkurrence overfor de eksisterende virksomheder, som skal leve op til alle formelle krav.

Der skal skabes klarhed om spillereglerne, herunder forbrugernes og virksomheders rettigheder, så der sikres fair og lige konkurrence i deleøkonomien. I forhold til forbrugerpolitikken skal der tages stilling til, hvornår en deleordning er at sidestille med erhvervmæssig virksomhed, og hvornår køb af ting til deleordningen derfor ikke længere er omfattet af den forbrugerretlige be-

skyttelse, som almindelige forbrugere opnår – herunder adgangen til at klage til Forbrugerklagenævnet. EU-Kommissionen er på vej med et udspil, der har som formål at skabe større gennemsigtighed og bl.a. vil forpligte platformene til at informere forbrugerne om hvem de handler med, hvilket lands lovgivning der gælder og hvem der har ansvar for at de får de forbrugerrettigheder, de har krav på. Det lyder positivt.

#### Dansk Erhverv foreslår:

- At regeringen nedsætter en arbejdsgruppe med deltagelse af berørte parter, der kan sikre lige konkurrencevilkår imellem de etablerede virksomheder og deleøkonomien.
- At arbejdsgruppen i forhold til forbrugerrettigheder giver konkrete anvisninger for, hvordan forbrugerreglerne overholdes i deleøkonomien.
- At regeringen støtter fælles EU-regler om mere gennemsigtighed ved salg via platforme.

## E-handel

BÅDE DEN DANSKE REGERING OG EU ØNSKER AT STYRKE DEN GRÆNSEOVERSKRIDENDE E-HANDEL, OG DANSKE NETBUTIKKER VIL GERNE HAVE FLERE KUNDER. DET SKAL SKE PÅ FAIR OG LIGE KONKURRENCEVILKÅR – OG DET ER IKKE ALTID TILFÆLDET I DAG.

### **E-handel over grænserne skal ske på lige konkurrencevilkår**

Danske forbrugere er ikke bange for at handle i udenlandske netbutikker, og især de yngre generationer benytter sig af muligheden. Danske forbrugere lagde omkring en fjerdedel af deres e-handel i udenlandske netbutikker i 2014, svarende til 20 mia. kr. I 2017 er det steget til en tredjedel. Tallet for danskernes e-handel i udenlandske butikker ender formentlig på over 40 mia. kr. ud af en samlet dansk e-handel på cirka 123 mia. kroner. Udenlandske netbutikker køber kun for 5-6 mia. kr. i danske netbutikker.

De danske netbutikker slås med et generelt højt dansk omkostningsniveau, men det er en særlig konkurrenceudfordring for de danske netbutikker, at udenlandske netbutikker ikke altid afregner dansk moms, selvom de er forpligtede til det. Ifølge beregninger fra Dansk Erhverv gik den danske statskasse glip af 500-600 mio. kr. i momsprovenu i 2014 på grund af udenlandske netbutikkers momssnyd. Danmark har én af de højeste momssatser i EU og har som ét af de få lande ikke differentieret moms på visse varer og tjenester.

Når udenlandske netbutikker omgår reglerne og nøjes med at betale deres hjemlands lavere momssats, får de en konkurrencefordel, der er svær at hamle op med for de danske e-handelsvirksomheder. Folketinget vedtog i december 2015 et lovforslag, der giver SKAT lovhjælp til at anvende betalingskortoplysninger til at kontrollere, om udenlandske netbutikker afregner dansk moms. Det er et forslag, som Dansk Erhverv har bragt på banen, der har givet SKAT bedre redskaber til at finde frem til momssnyderne.

Det har derfor været en stor skuffelse, at SKAT ikke har benyttet sig af den nye hjemmel og først forventer at gøre det i 2018. Taberne er de danske netbutikker og statskassen.

EU-Kommissionen har fremlagt et forslag til nye momsregler, der vil gøre det lettere for netbutikkerne at betale korrekt moms indenfor EU ved at indføre en såkaldt *one-stop-shop* for momsafregning ved handel med varer på tværs af EU's grænser. Det er et positivt tiltag, der vil gøre momsafregningen lettere for mange virksomheder, og som samtidig vil sikre, at momsbetalingen sker i de rigtige lande. Ordningen sikrer dog ikke mod bevidst snyd.

E-handel fra lande udenfor EU stiger, særlig e-handel fra kinesiske webshops eksploderer. Post Nord modtog omkring 10 mio. forsendelser fra Kina i 2017, og Kina er i dag det land, som PostNord modtager flest forsendelser fra. Flertallet af dem har en angivet værdi på under 80 kr. Hvis værdien af en pakke fra et tredjeland (f.eks. Kina og USA) overstiger 80 kr., skal der nemlig betales moms – og told, hvis den overstiger 1150 kr.

Dette omgås på flere måder, eksempelvis ved at værdien angives til at være under 80 kr., selvom det ikke er rigtigt. Risikoen for at blive undersøgt i tolden i Danmark er så lille, at flere asiatiske netbutikker åbent reklamerer med, at de betaler omkostningerne for de danske forbrugere, hvis deres pakke skulle blive stoppet. Selvom flere af de udenlandske netbutikker markedsfører sig på dansk, efterleves kravene til produktsikkerhed og forbrugerbeskyttelse ikke. Det giver risiko for farlige og usikre produkter.

Der er brug for at styrke kontrollen med forsendelser fra tredjelande markant, hvis konkurrencen skal være fair. Det kræver, at området prioriteres, og at indsatsen tilrettelægges på en ny måde, herunder at myndighederne samarbejder. De udenlandske netbutikker, der snyder med moms, snyder ofte også med reglerne for produktsikkerhed, prismarkedsføring og forbrugerrettigheder. Rigsrevisionen har i december 2017 kritiseret SKAT for at have det laveste kontrolniveau med import fra 3. lande, og for at kontrollen er ineffektiv. Rigsrevisionen påpegede også, at kontrollen med skadelige og usikre varer er utilstrækkelig.

Dertil kommer at det er langt dyrere at sende en pakke fra Danmark til Kina end omvendt. Det skyldes regler fastsat i den internationale postkonvention (UPU) med rødder tilbage til 1874, som sikrer udviklingslande billig fragt til ilande. Kina betragtes stadig som et udviklingsland, på trods af i dag at være verdens største online-marked. Danske netbutikker betaler derfor en overpris for, at kinesiske netbutikker kan sende billigere – de betaler så at sige selv for at blive udkonkurreret. Selvom aftalen nu ændres, så kineserne frem til 2021 gradvist skal betale en højere andel, vil det stadig være betydeligt billigere for kineserne.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At den danske regering generelt styrker håndhævelsen af momsreglerne, så det sikres, at udenlandske netbutikker betaler korrekt moms i Danmark.
- At SKAT begynder at bruge førnævnte lovhjemmel til at anvende betalingskortoplysninger til moms kontrol af udenlandske netbutikker.

- At den danske regering på EU-niveau arbejder for at sikre mere lige konkurrencevilkår ved ensartet og effektiv håndhævelse af EU-reglerne.
- At Danmark går foran og fjerner bagatelgrænsen for moms på varer fra lande udenfor EU så hurtigt som muligt.
- At der etableres en tværgående kontrolindsats med fokus på kontrol af varer, som købes online og sendes til danske forbrugere fra lande udenfor EU.
- At Danmark arbejder for at ændre den internationale postkonvention, så danske netbutikker ikke skal betale overpris for deres forsendelser, for at PostNord kan give rabat til netbutikker fra tredjelande som Kina m.fl.

### **Barrierer for grænseoverskridende e-handel i EU skal mindskes**

Der er mange barrierer forbundet med at handle over grænserne, som gør det besværligt og urentabelt for danske netbutikker at sælge til udenlandske kunder. Skal flere virksomheder få lyst til at sælge over grænserne, skal der fokus på at identificere og fjerne eller mindske disse.

Hvis netbutikker vil handle med forbrugere i andre EU-lande, skal de f.eks. efterleve forbrugerreglerne i forbrugerens hjemland, hvis de henvender sig til forbrugere i det land. Udover store forskelle i landenes forbrugerregler, er der forskelle i mærkningskrav, produktsikkerhedskrav, produktstandarder m.m. Momsregistrering og momsregler er også varierende. Her er flere EU-lande ved at lave nye nationale særregler. Det er en stor opgave at danne sig et fuldt overblik over love og regler i 28 EU-lande med over 20 sprog, og der er ingen steder, hvor netbutikkerne kan finde en oversigt over de regler, de skal følge, hvis de vælger at sælge over grænserne i EU.

På den korte bane vil det være en stor hjælp for virksomhederne, hvis de kunne få adgang til en oversigt over hvilke regler, som de skal rette sig efter, når de skal sælge til forbrugere i andre EU-lande. På den lidt længere bane skal der arbejdes for at identificere og fjerne lovgivningsmæssige barrierer. Det skal ske på EU-niveau og gennem harmonisering. Hvis det ender med, at reglerne harmoniseres, skal disse kunne fungere på alle salgskanaler, være enkle og ikke pålægge flere byrder end i dag. Den danske regering har i sin strategi for Danmarks digitale vækst lanceret programmet for rådgivningscenteret, "SMV Digital", som får som opgave at løse nogle af disse udfordringer. Det bakker vi op om.

### Dansk Erhverv foreslår

- At eventuelle regelforskelle skal identificeres og opstilles i overskuelige landeguides, så virksomhederne kan se hvilke forbrugerregler og mærkningskrav, som de skal rette sig efter i hvert EU-land
- At der udarbejdes tilsvarende landeguides for centrale markeder udenfor EU
- At Danmark i EU bl.a. skal arbejdes for at fjerne lovgivningsmæssige barrierer for handel over grænserne. Det skal bl.a. ske ved harmonisering.
- At momsregistrering og betaling i EU gøres lettere og også tager højde for returmoms, når forbrugerne udnytter fortrydelsesretten.
- At det sikres, at fremtidige regler kan fungere via både online og offline salgskanaler og være identiske alle steder, hvor det giver mening, da fremtidens handel er *omnichannel*.

## **De skadelige konsekvenser af geoblocking-forslaget skal mindskes**

EU-Kommissionens forordning om forbud mod uberettiget geoblocking træder i kraft i slutningen af 2018. Bag det tekniske ord gemmer der sig et voldsomt indgreb i virksomhedernes kontraktfrihed, og der er tale om en forordning, der vil gøre stor skade på europæisk e-handel. Forordningen indfører en salgspligt og gør det muligt at handle online til momsen i netbutikkens hjemland. Den vil særligt gå ud over små og mellemstore netbutikker, og netbutikker i lande med høj moms og høje omkostninger som Danmark. Forordningen forpligter netbutikker til at sælge til forbrugere i andre EU-lande, også selvom de ikke ser en forretningsmodel i at gøre det - og selvom de hverken kender sprog, regler eller produktstandarder i forbrugers hjemland.

Der indføres ikke en leveringspligt, så forbrugerne skal selv sørge for at få varen transporteret frem til forbrugers bopæl. Ved reklamationer er udgangspunktet dog, at omkostninger til transport skal betales af virksomheden, og det kan blive voldsomt dyrt, når der er tale om transport til lande, som virksomheden ikke normalt sælger til.

Forordningen løser ikke de uklare regler for lovvalg (Rom 1 konventionen). Når en netbutik som følge af geoblocking-forordningen skal sælge passivt til en forbruger i et andet EU-land, så risikerer netbutikken at være omfattet af reglerne i forbrugers hjemland, hvis netbutikken bistår forbrugeren med leveringen af varen. Den manglende klarhed risikerer at afskrække netbutikker fra at sælge online.

Forordningen åbner også op for momskonkurrence, idet det åbent siges, at forbrugerne skal kunne købe online til lokal moms, og forordningen vil give forbrugerne adgang til billigere varer. Momsforskellene er store indenfor EU, og der kan være meget at spare på den samme vare. Der vil med stor sandsynlighed udvikle sig forretningsmodeller, hvor transportfirmaer hjælper forbrugerne til at handle i lande med den laveste moms. For netbutikker etableret i lande med høj moms, som f.eks. Danmark, kan det blive en alvorlig trussel.

For forbrugerne giver forordningen også usikkerhed. Når netbutikker tvinges til at sælge til forbrugere i lande, hvor de ikke kender forholdene, risikerer forbrugerne at få noget, der ikke passer eller ligefrem er ulovligt eller farligt. Det er forbrugers eget ansvar – men det er ikke klart, hvordan forbrugerne skal blive bevidste om dette. De mange uklarheder understøttes af, at der efter vedtagelsen i Ministerrådet var helt forskellige udlægninger af, hvad forslaget betød.

Beslutningstagerne i EU-Kommissionen og Ministerrådet har valgt vedtage forordningen, selvom konsekvenserne for virksomhederne ikke er blevet afdækket i løbet af behandlingen af forslaget. Det er meget kritisabelt.

### Dansk Erhverv foreslår

- At den danske regering arbejder aktivt for at gøre det klart, hvilke forpligtelser netbutikker og forbrugere pålægges som følge af forslaget.

- At den danske regering arbejder for, at netbutikker ikke kan blive pålagt at betale for transport af varer frem og tilbage til lande udenfor deres forretningsområde i forbindelse med reklamationsbehandling.
- At den danske regering arbejder for, at de ændringer netbutikker skal foretage på deres hjemmesider bliver så små som muligt, og at der anvises til nogle godkendte modeller (modsat cookie-ordningen, hvor det blev overladt til virksomhederne) for samtykke.
- At den danske regering arbejder for at mindske problemet med momsarbitrage som følge af forslaget.
- At den danske regering tager initiativ til at sikre, at danske forbrugere informeres om forskellen på deres rettigheder og forpligtelser ved henholdsvis aktivt og passivt køb.

### **Lovgivningen skal ikke give ret til at sende brugte varer retur**

Forbrugeraftaleloven giver forbrugerne ret til at returnere varer, som de har købt på nettet, efter de er taget i brug. Det betyder, at netbutikker er forpligtede til at tage imod festkjoler med rød-vinspletter eller make-up, fæstede med mudder, ridset elektronik, legetøj med knækkede dele - for blot at nævne nogle få eksempler. Netbutikken kan godt fratrage et beløb for værdiforringelsen, men reglerne siger intet om hvor meget – eller hvor lidt. Da netbutikken normalt ikke kan sælge noget, der er brugt, er varerne som udgangspunkt værdiløse for netbutikken og må kasseres eller sælges til en opkøber, hvis en sådan findes. Det fremgår således ikke klart, at netbutikken kan afvise at give penge retur for brugte varer, som den ikke kan sælge igen. Der er heller ingen frist for, hvor længe netbutikken skal gemme den brugte vare, hvis det ender i en klagesag. Det er fordyrende og byrdefuldt for virksomhederne.

EU-Kommissionen lægger i forbindelse med sin revision af forbrugerrettighedsdirektivet op til, at reglerne i artikel 14, stk. 2 skal ændres således, at det ikke længere skal være muligt at fortryde købet efter, at varen er taget i brug. Dansk Erhverv bakker op om denne ændring.

Retten til at sende brugte varer retur inden for fortrydelsesperioden beskytter misbrug og har intet at gøre med forbrugerbeskyttelse. Det giver dyrere varer, administrativt bøvvl og et økonomisk tab, som særligt de mindre netbutikker har svært ved at klare. Det er heller ikke bæredygtigt, at returvarer må kasseres, fordi de er taget i brug.

### Dansk Erhverv foreslår

- At Danmark arbejder aktivt for at kommissionens forslag til ændringerne i artikel 14, stk. 2 bliver gennemført
- At forbrugerne - som tidligere - kun skal have ret til at returnere varen, hvis den afleveres i væsentlig samme stand og mængde.
- At den danske regering arbejder for, at forslag til nye EU-regler ikke indeholder bestemmelser, der giver forbrugere ret til at sende brugte varer retur.



### **En harmoniseret og mere bæredygtig købelov**

EU-Kommissionen fremsatte i 2016 et forslag til harmonisering af de køberetlige regler ved e-handel. I 2017 har Kommissionen meddelt, at forslaget anvendelsesområde udvides således, at reglerne skal gælde både online og offline. Dansk Erhverv ønsker en sammenhængende købelov, der så vidt muligt er ens for online- og offline køb på nær der, hvor salgskanalen giver nogle forskelle.

Dansk Erhverv ønsker en harmonisering på det eksisterende høje niveau, der kendes i Danmark. Formålet med revisionen af disse forbruger-regler var at skabe et mere sammenhængende digitalt indre marked. Selvom der på visse digitale områder ikke findes EU-regler lige nu så er der ingen grund til at ændre reglerne, hvis der ikke harmoniseres, for så beholder ethvert land jo blot deres regler. Fragmenteringen bevares, og der skabes ikke et mere velfungerende digitalt indre marked.

Dansk Erhverv mener, at købeloven også fremadrettet skal sikre en god balance mellem rettigheder og forpligtelser for både erhvervsdrivende og forbrugere. Det ønske imødekommer EU-Kommissionens forslag desværre ikke. Det indebærer f.eks. en ret til at få penge retur for en vare, som en forbruger har mistet, og en pligt for de erhvervsdrivende til at tilbagebetale købesummen før, de er sikre på, at de modtager produktet retur. Disse elementer er som flere andre ubalancerede og uacceptable.

De eksisterende regler lægger på nogle punkter op til, at fuldt funktionelle varer må kasseres, hvilket ikke er bæredygtigt. Eksempelvis kan en forbruger i nogle tilfælde afvise reparation af en vare eller ombytning til en ny, hvis den ikke er 100 pct. identisk. Ligeledes kan forbrugeren afvise ombytning til en ny, hvor der er genbrugt fuldt funktionsdygtige delkomponenter. Det er hverken bæredygtig eller ansvarlig ressourceanvendelse.

På områder, hvor prisen er faldet – f.eks. pc'ere og fladskærme – kan forbrugeren opnå en økonomisk gevinst, hvis forbrugeren afviser at ombytte til en ny, bedre model og i stedet kræver at få købesummen. På den måde giver de danske regler mulighed for at bruge en klagesag til økonomisk berigelse, fordi fradrag for nytte ikke er skrevet ind i loven. Det er uheldigt og bør ændres.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At den danske regering arbejder for en samlet og fuldt harmoniseret købelov i EU, der så vidt mulig er ens for alle salgskanaler på alle de punkter, hvor det giver mening.
- Købelov bør under alle omstændigheder være afbalanceret.
- At den danske regering arbejder for en harmoniseret fælles EU-købelov på det nuværende høje niveau med en reklamationsret på 2 år og en formodningsregel på 6 måneder.
- At den danske regering fortsat arbejder på, at fysiske varer med indbygget digitalt indhold fortsat skal omfattes af reglerne for fysiske varer.
- En mere bæredygtig og ansvarlig købelov, hvor det altid skal være muligt for den erhvervsdrivende at tilbyde reparation af en vare med fejl.
- Mere fleksible regler omkring ombytning, hvor det også er muligt at ombytte til nye produkter, hvor fuldt funktionsdygtige brugte dele indgår.

- At adgangen til fradrag for nytte skal skrives ind i loven.

### **Mere effektiv håndhævelse af forbrugerreglerne i hele EU**

Mange forbrugerregler er EU-baserede, og det burde derfor betyde, at forholdene var ens i alle lande. Det er dog ikke tilfældet, da de håndhæves meget forskelligt. I Danmark har vi meget effektiv håndhævelse og flere forbrugermyndigheder med ansvar for dette. I takt med at mere og mere handel flyttes over grænserne bliver det tydeligt, at fælles regler er implementeret forskelligt og håndhæves meget forskelligt i EU-landene.

Flere direktiver på forbrugerområdet er gennemført meget forskelligt; det gælder bl.a. adgangen til at få behandlet en klage ved et forbrugerklagenævn. Det er ikke kun skidt for forbrugerne - det betyder også unfair konkurrence til skade for virksomhederne. Der er brug for, at der sættes fokus på mere ensartet håndhævelse af forbrugerreglerne i hele EU og et forstærket samarbejde myndighederne imellem.

Derfor bør der i højere grad arbejdes for, at der både juridisk, og i forhold til håndhævelse, skelnes mellem bevidst overtrædelse af reglerne og hændelige fejl. I forhold til håndhævelse vil der med fordel kunne fokuseres på, hvor der opstår mest skade for forbrugerne. Her findes der eksisterende modeller for, hvordan man kan vurdere skadevirkningen hos bl.a. OECD, som bygger på begrebet *consumer detriment* eller på dansk ”skadevirkningen for forbrugerne”.

### Dansk Erhverv foreslår

- At netværket af forbrugermyndigheder i EU (CPC-netværket) skal styrkes via en fuld udnyttelse af den nye CPC-forordning.
- At forbrugermyndighederne skal inddrages direkte i forbindelse med de fortolkende dokumenter, som EU-Kommissionen laver (Kommissionens vejledninger) for dermed at sikre fælles forståelse af reglerne. Et tæt samarbejde vil også være relevant i forbindelse med implementeringen af vedtagne regler.
- At reglerne om forbrugerklageadgang skal gennemføres, så der sikres reel klageadgang i alle EU-lande, og som skal fungere ved grænseoverskridende klager.
- Det skal være langt mere effektivt at sætte ind overfor brodne kar over grænserne. Hvis der kommer en håndhævelsesanmodning fra en forbrugermyndighed i et EU-land til en i et andet EU-land, skal Kommissionen sikre, at den bliver fulgt op inden for en rimelig frist.
- At EU-Kommissionens markedsundersøgelser (de såkaldte *sweeps*) skal ensrettes i så høj grad som muligt, og der skal være ens regler for, hvornår oplysninger om virksomheder kan offentliggøres. I dag hænges virksomheder ud i nogle lande, men ikke i andre. Der skal være ens vilkår, så der kan sikres fri og lige konkurrence.

### **Tastefejl skal ikke kunne lukke en netbutik**

Prisfejl sker desværre. Den mest udbredte er den klassiske kommafejl, hvor virksomhederne får sat kommaet forkert, så en vare til for eksempel 10.000 kr. sættes til salg til 1.000 kr.

Forbrugerreglerne er klare: Prisskiltet skal passe, og virksomheder må ikke spekulere i at angive priser forkert. Lovgivningen giver derfor forbrugerne ret til at kunne købe varen til den forkerte pris, medmindre der er tale om "ond tro", hvor forbrugeren vidste eller burde have vidst, at prisen var så lav, at der er tale om en fejl.

Da reglen blev lavet foregik alle handler i fysiske butikker. I tidsrummet fra fejlen på prisskiltet blev opdaget til den blev rettet, var der som regel kun få kunder, der havde fået krav på at købe varen til den forkerte pris. Med internettet og e-handlen har det forandret sig fuldstændigt. Der findes sider på internettet, hvor prisfejl deles lynhurtigt, så hundredvis – og nogen gange tusindvis - af forbrugere når at bestille de ekstraordinært billige varer, selvom fejlen rettes indenfor en time eller to. Hvis alle disse har krav på at købe varen til den forkerte pris, kan det give store økonomiske tab hos de berørte virksomheder.

Lovgivningen og forbrugerklagesystemet skal sikre forbrugere mod virksomheder, som bevidst snyder med priserne. Men det er ikke rimeligt, at en uforskyldt tastefejl skal kunne true en netbutiks eksistens. Der er brug for at få revideret reglerne, så de tager højde for den digitale virkelighed.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At regeringen nedsætter en arbejdsgruppe med inddragelse af bl.a. Dansk Erhverv og Forbrugerrådet Tænk med henblik på at modernisere reglerne, så netbutikker ikke risikerer store økonomiske tab pga. prisfejl. Arbejdet skal tage højde for, hvor hurtig information om prisfejl spredes digitalt med henblik på at undgå misbrug.

#### **Forbud mod berigelse i forbrugerklagesager**

Hvis en vare viser sig at have en reklamlationsberettiget mangel i henhold til købeloven, kan forbrugerne vælge at få ombyttet den defekte vare, og det skal som udgangspunkt være til en fuldstændig identisk vare. Kan det ikke lade sig gøre at skaffe en identisk vare, hvilket ofte kan være svært med ældre varer, giver lovgivningen forbrugerne ret til at hæve købet og få den fulde købesum tilbage – i enkelte tilfælde med et mindre fradrag for nytte. Selvom varen er faldet meget i værdi, og en ny - og måske bedre - kan anskaffes til langt mindre end nyprisen, kan der som udgangspunkt ikke ombyttes til andet end en identisk vare.

Det ses særligt på området for forbrugerelektronik, hvor der hele tiden kommer nye og bedre modeller, og priserne falder med omkring 30 pct. om året. Forbrugere kan i disse sager få en stor økonomisk gevinst ved en klagesag. Hvis en forbruger f.eks. tilbydes ombytning til en nyere og bedre model, kan han/hun afvise dette med henvisning til, at den ikke er helt identisk med den gamle. I stedet kan forbrugeren få udbetalt den oprindelige købesum, købe den nye model og gå hjem med sommetider flere tusinde kroner i lommen.

Forbrugere skal naturligvis hjælpes uden omkostninger for dem, hvis der er en mangel ved en vare, som de har købt. Men det er ikke rimeligt, at de skal kunne berige sig økonomisk. Der bør i forbrugerretten indføres et princip om berigelsesforbud i klagesager.

### Dansk Erhverv foreslår

- At der indføres et forbud mod berigelse i forbrugerklagesager. Forbrugerne skal hjælpes og kompenseres uden omkostninger, hvis der er fejl på deres produkter. Men det er ikke meningen, at de skal tjene på det.

### **New deal for Consumers**

EU-Kommissionen vil 11/4-2018 fremlægge sin "New deal for Consumers". Dette kommer i forlængelse af den regelforenklingsøvelse, der har været gennemført på 6 forbrugerlove plus Forbrugerrettedirektivet. EU-Kommissionen konkluderede overordnet, at lovene var "fit-for-purpose". Der var dog i EU-Kommissionens optik anledning til at revidere reglerne vedr. forbudsdirektivet, kollektive erstatninger og harmoniserede bødestørrelser – foruden nogle vigtige justeringer ift. fortrydelsesretten og markedsføringsreglerne (UCP-direktivet).

Dansk Erhverv er, som det også fremgår i overstående, glade for de foreslåede ændringer af *reglerne for fortrydelsesretten* – fjernelse af retten til at returnere brugte varer og fjernelse af forpligtelsen til at tilbagebetale forbrugerens penge, før returvaren er i hænde. Det er helt rimeligt og i øvrigt påvist som en væsentlig byrde i EU-Kommissionens egne undersøgelser.

Dansk Erhverv er ikke indstillet på at støtte *harmoniserede bøder* (hverken som absolutte værdier eller i procent af omsætningen). Håndhævelse er national kompetence, og en mere ensartet og bedre håndhævelse skal sikres gennem den vedtagne håndhævelsesforordning, hvis formål det netop er at opnå dette. Generelt lægger vi vægt på, at der arbejdes med en risikobaseret håndhævelse, hvor der etableres et samarbejde mellem ordentlige virksomheder og myndighederne om, hvordan man kan overholde reglerne, men der samtidig sættes hårdt og håndfast ind overfor svindlere, der med fuldt overlæg bryder reglerne.

Der foreslås en udvidelse af anvendelsesområdet for *Forbudsdirektivet*, således at dette nu også skal benyttes til kollektivt og uden individuel vurdering at give erstatning til forbrugere. Det kan ikke støttes af Dansk Erhverv. Forbudsdirektivets formål er at bringe ulovlige handlinger til ophør via forbud (Injunctions). Dette er helt anderledes end at køre erstatningssager, hvor det i de fleste lande (og Danmark) gælder, at man skal kunne påvise et konkret tab. De to processer kan og bør ikke kombineres til én proces. Foruden det helt grundlæggende er det også meget uklart, hvordan man forestiller sig at fastslå en erstatning til et større antal forbrugere for, at eksempelvis en virksomhed har reklameret uden angivelse af de korrekte årlige omkostninger i procent? Eller hvad er tabet for en samlet forbrugermasse ved, at der i en virksomheds oplysninger fremgår det forkerte telefonnummer på klageinstansen?

Dansk Erhverv mener, at sådanne overtrædelser skal rettes hurtigst muligt og i grelle tilfælde straffes med bøder, men aldrig i form af, at der skal deles penge ud til forbrugere, der måske/måske ikke har lidt et konkret tab.

I forhold til *direktivet om urimelig handelspraksis* (UCP-direktivet - i Danmark implementeret ved markedsføringsloven) foreslås det at udvide medlemsstaternes mulighed for at lave særregler under henvisning til ”sikkerhed og privatliv”. Det kan åbne for protektionisme og en stribe andre problemer, hvis der bliver åbnet op for flere nationale særregler - det er Dansk Erhverv modstandere af.

I samme *direktiv om urimelig handelspraksis* vil man desuden adressere fænomenet ”Dual Quality”. *Dual Quality* er blevet brugt i Østeuropa som et stærkt politiseret begreb til at adressere det forhold, at virksomheder produktdifferentierer. Nutella har ikke nødvendigvis det samme nøddeindhold i Polen som i Danmark, hvilket af visse østeuropæiske politikere tolkes således, at virksomhederne behandler dem som andenrangsborgere. Der er i praksis en hel række grunde til at der produktdifferentieres, som eksempelvis lokal smag, betalingsevne, produktionsfaciliteter, adgang til råvarer, territoriale restriktioner fra producenterne osv. Der er helt rimelig og ordentlig praksis. Det er derimod helt uklart, hvad kritikerne egentlig forestiller sig, og der er reelt ikke kommer brugbare løsninger på banen. Ikke desto mindre er der ingen tegn på, at debatten er lukket. Derfor foreslår Kommissionen at tilføje nogle få linjer i UCP-direktivet om, at det som udgangspunkt vil være vildledende, hvis man sælger et produkt, der er identisk ”branded”, men hvor indholdet ikke er identisk. Det forhold, at man kan vende produktet om og læse indholdsfortegnelsen, bliver ikke set som en tilstrækkelig løsning.

#### Dansk Erhverv foreslår:

- At den danske regering støtter ændringer i fortrydelsesretten – så man ikke kan bytte brugte varer eller få pengene tilbage, før virksomheden har modtaget varen.
- At den danske regering afviser at støtte harmonisering af bøder på tværs af EU – reel og effektiv håndhævelse forstærket af håndhævelsesforordningen er vejen frem, ikke enorme bøder opgjort i procent af omsætningen.
- At myndighedsforbud mod konkrete handlinger skal ikke rodes sammen med erstatnings-sager, hvor man skal kunne påvise konkrete tab.
- At UCP-direktivet ikke bør ændres for at imødekomme ”Dual quality”-dagsordenen. Hvis man er så bekymret om de præcise procentdele af ingredienserne i ens produkter, så må man ulejlige sig med at vende dem om og læse ingredienserne på bagsiden.

#### **Krav om tilgængelige hjemmesider skal ske med forståelse for virksomhederne**

EU-Kommissionen fremsatte i december 2015 et forslag, der skal øge tilgængeligheden for handicappede indenfor flere anvendelsesområder, både offentlige og private, herunder e-handel.

Tilgængelighedsdirektivet vil forpligte e-handelsvirksomheder til at gøre deres hjemmesider tilgængelige, dvs. at eksempelvis svagtseende, skal have mulighed for at kunne navigere på e-handelssider på samme vilkår som almindeligt seende. Det vil kræve, at e-handelsvirksomheder "bygger" deres hjemmeside i overensstemmelse med en standard for webtilgængelighed, eksempelvis WCAG 2.0, niveau AA (international standard for webtilgængelighed).

Dansk Erhverv sympatiserer med målsætningen om øget tilgængelighed. Men målet om øget tilgængelighed bør gå hånd i hånd med en forståelse for virksomheders kapacitet, medarbejdere og økonomi.

EU-Kommissionen har ikke foretaget en fyldestgørende konsekvensvurdering af direktivet. Dansk Erhverv har opfordret stærkt til, at det bliver kortlagt hvor høje omkostningerne forventes at være ved direktivet. Transport- og Bygningsministeriet har tidligere kortlagt, at omkostningerne for visse af direktivets anvendelsesområder vil overstige 500 mio. danske kroner. Ifølge Dansk Erhvervs beregninger vil omkostningerne ved implementering i danske e-handelsvirksomheder beløbe sig til ca. 340 mio. kr. (engangsomkostning), imens årlige omkostninger vil beløbe sig til ca. 12. mio. kr. Direktivet tager heller ikke højde for, at implementering og vedligeholdelse af tilgængelige hjemmesider og platforme kræver ekspertise. Dette vil kræve medarbejdertimer og finansiering.

I direktivet lægges der op til, at en national overvågningsmyndighed skal udpeges til at kontrollere og sikre, at virksomheders hjemmesider er tilgængelige. Det specificeres dog ikke hvilken metode, der skal bruges til at foretage kontrollen. Der er mange forskellige måder at teste tilgængelighed på, og det er i sidste ende brugeroplevelsen, dvs. test med personer, der er afgørende for, om man kan kalde en hjemmeside tilgængelig. Det er kritisabelt, at direktivet ikke konkretiserer hvilken metode, som nationale overvågningsmyndigheder skal benytte, og det skaber tvivl hos virksomheder om, hvordan man efterlever de kommende regler.

I direktivet foreslås det, at CE-mærkning skal udvides til også at omfatte tilgængelighed. Det vil sige, at udvalgte produkter, herunder pc'er, smartphones mv., der er CE-mærkede, både skal leve op til gældende produktsikkerhedskrav og være tilgængelige for handicappede brugere.

CE-mærkning har til formål at vise forbrugeren, at et produkt lever op til gældende lovkrav om sikkerhed, sundhed og miljø, og at produktet dermed må forhandles i det indre marked. Forbrugere kender CE-mærket som et produktsikkerhedsmærke. Sammenblander man tilgængelighed og produktsikkerhed i CE-mærkningen, vil mærket ikke længere være klart og entydigt for forbrugere, men derimod få to forskellige formål. Det er hverken til gavn for forbrugere eller virksomheder.

CE-mærkning er garantien for, at et produkt er sikkert og må forhandles i det indre marked. Hvis et produkt lever op til alle sikkerhedskrav og derfor er berettiget til CE-mærkningen efter de gældende regler, må det afsættes til forbrugere i EU/EØS. En vedtagelse af tilgængelighedsdirektivet vil kunne betyde, at sikre produkter fremover kan blive udelukket fra markedet, fordi de ikke er tilgængelige. Samtidigt kan CE-mærkede varer, der ikke er tilgængelige, frit sælges, hvis de ikke er omfattet af direktivet.



Det er både uhensigtsmæssigt at ekskludere sikre produkter fra et marked og give indtryk af, at andre produkter er tilgængelige, uden at de er det. Det er med til at udvande CE-mærkningens funktion.

#### Dansk Erhverv foreslår:

- At implementeringsperioden for direktivet forlænges, således at flere af de uklare krav til tilgængelighed kan blive konkretiseret, og så resultatet af implementeringen vil blive mest hensigtsmæssigt for alle parter.
- At mikrovirksomheder undtages, og at der er generelt fokus på at minimere omkostningerne for virksomheder.
- At CE-mærkningen udelades af direktivet, så tilgængelighed og produktsikkerhed ikke sammenblandes – og så sikre produkter ikke ekskluderes fra markedet.
- At kravene til tilgængelighed baseres på funktionelle, teknologineutrale kriterier.

## Beskyttelse af persondata

FORBRUGERNE SKAL KUNNE HAVE TILLID TIL, AT DERES DATA BEHANDLES SIKKERT OG GENNEMSKUELIGT. SAMTIDIG SKAL DER FINDES EN BALANCE, SÅ MULIGHEDERNE FOR AT BRUGE DATA ETISK OG ORDENTLIGT TIL AT GIVE DEN PERSONALISEREDE KUNDESERVICE, SOM FORBRUGERNE EFTERSPØRGER, IKKE ØDELÆGGES.

### **Big data og øget fokus på beskyttelse af personoplysninger**

Digitaliseringen har givet helt nye muligheder for at indsamle, behandle og bruge data, og det åbner nye muligheder for at drive forretning, herunder mulighed for at give personaliseret og målrettet kundeservice. Forbrugertillid er afgørende for både forbrugere og virksomheder, herunder forbrugernes tillid til, at deres persondata behandles sikkert, fortroligt og på gennemskelige vilkår. Dataetik er helt afgørende for at kunne udnytte fordelene ved digitaliseringen – det gælder både, når det offentlige indsamler og bruger data, som når private virksomheder gør det. Der har desværre været flere eksempler på brud på sikkerheden hos offentlige instanser og på at oplysninger givet under løfte af anonymitet ikke er respekteret. Det er uheldigt. Hvis tilliden til, at det offentlige passer ordentligt på følsomme data, forsvinder, vil det smitte af på privates muligheder.

Det er vigtigt, at der er gennemsigtighed, så forbrugerne ved hvilke data, der indsamles, og hvordan de benyttes – og at der indhentes samtykke, når dette er nødvendigt. Men det skal undgås, at der skal gives samtykke til helt uproblematisk ting, som tilfældet er med cookiereglerne, for så ender det med at forbrugerne bliver ligeglade. Samtidig er det vigtigt, at der sikres en balance, så mulighederne for at bruge kundedata til at målrette kundeservice og styrke forretningen ikke ødelægges.

Anvendelsen af personoplysninger er både hos forbrugere og virksomheder i løbet af de senere år kommet i fokus. Virksomhederne er blevet mere bevidste om, at et godt kendskab til deres kunder kan medvirke til at skabe loyalitet og give mere personaliserede kundeoplevelser. Forbrugerne er samtidig også blevet mere bevidste om, at de skal være opmærksomme på i hvilke situationer, de overlader personoplysninger til virksomheder. Det er både vigtigt for virksomhederne og forbrugerne, at udveksling af personoplysninger, f.eks. kundeinformationer, sker i tillid til, at dem, der modtager personoplysningerne, behandler dem som aftalt og sørger for den fornødne sikkerhed, så oplysningerne ikke misbruges.

Både det offentlige og private virksomheder skal fra 25. maj 2018 med EU's persondataforordning efterleve nye skærpede krav til behandling af personoplysninger, og med forordningen er der også lagt op til en markant stigning i bødeniveauet for overtrædelse af reglerne om behandling af personoplysninger. Interessen for de nye regler for behandling af persondata er stor, og det vil være oplagt at bruge tiden frem til 25. maj 2018 til at iværksætte initiativer, som kan hjælpe virksomhederne til at blive parate samt højne forbrugernes viden om reglerne.

Dansk Erhverv opfordrer til, at der udarbejdes konkrete anvisninger i form af *best practice guides* m.v. til virksomhederne, som kan hjælpe dem med at give den rigtige information og sikre samtykke, hvor det er nødvendigt. Samtidig ønsker Dansk Erhverv, at Datatilsynet skal lave en informationskampagne målrettet forbrugerne således, at de bliver bevidste om deres rettigheder og sættes i stand til bedre at kunne vurdere, hvornår de kan afgive personoplysninger i tillid til, at modtageren behandler dem sikkert og som aftalt. Derudover er der brug for at informere og uddanne forbrugerne, så de bliver bedre rustet til at beskytte deres personlige oplysninger.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At der formuleres nogle retningslinjer for dataetik som omfatter både det offentlige og private.
- At der udarbejdes *best practice* for den information, som virksomhederne skal give deres kunder, f.eks. i regi af PrivacyKompasset, forankret i Erhvervsstyrelsen.
- At der gennemføres oplysningskampagner rettet mod forbrugerne med information, som øger deres kendskab til reglerne samt sætter dem bedre i stand til at kunne sikre sig.
- At de danske myndigheders oplysningskampagner og guidelines tager udgangspunkt i EU-Kommissionens guidelines fra 24. januar 2018<sup>2</sup>

#### **Nye cookieregler**

Som følge af revisionen af databeskyttelsesforordningen har EU-Kommissionen nu valgt også at åbne e-databeskyttelsesdirektivet, der i Danmark er kendt som cookiedirektivet.

Dansk Erhverv ser ikke et behov for denne ekstra specifikke lovgivning efter opdateringen af databeskyttelsesforordningen og støtter ikke den markante udvidelse af lovens anvendelsesområde. Virksomhederne investerer og arbejder intenst på at forstå og leve op til den nye databeskyttelsesforordning, som vil føre til den højeste forbrugerbeskyttelse på dette område i verden.

---

<sup>2</sup> [https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules\\_en](https://ec.europa.eu/commission/priorities/justice-and-fundamental-rights/data-protection/2018-reform-eu-data-protection-rules_en)

Det er derfor meget vigtigt, at den nye forordning om e-databeskyttelse stemmer overens med databeskyttelsesforordningen, særligt ift. mulighederne for lovligt at behandle data.

Reglerne om cookies har været meget udsældte, idet de har påført virksomhederne store byrder, uden at have øget forbrugerbeskyttelsen online, da forbrugerne blot har klikket cookie-bannerne væk. EU-Kommissionen lægger i det nye forslag op til, at forbrugerne i stedet kan indstille deres privatlivsindstillinger i deres browser én gang for alle, eventuelt på baggrund af ikoner udviklet af EU-Kommissionen.

Europa-Parlamentet har forslået at browsere pr. default skal sættes til de højeste niveau af privacy – det vil sige afvisning af alle cookies. Denne løsning vil føre til en yderligere markedskoncentration på markedet for online-markedsføring, som allerede er meget koncentreret omkring de store spillere. E-handelsvirksomheder bruger i dag cookies til at reklamere på andre sider og dermed gentiltrække eksisterende kunder, der tidligere har været inde på deres side.

Hvis privatlivsindstillingerne fremadrettet skal sættes i browseren, eller browseren pr. default skal afvise alle cookies, vil virksomhedernes mulighed for at bruge denne markedsføringskanal blive begrænset markant, og virksomhederne vil i stedet være nødsaget til at reklamere endnu mere på de store sider og platforme uden at kunne skræddersy henvendelserne til de enkelte brugere.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At Danmark arbejder for at begrænse anvendelsesområdet af den nye e-databeskyttelsesforordning.
- At Danmark arbejder for, at privatlivsindstillingerne kan indstilles for hver enkelt hjemmeside, og forbrugerne oplyses på en nemt forståelig måde om konsekvenserne af forskellige privatlivsindstillinger,
- At Danmark arbejder for, at legitim virksomhedsinteresse indføres som en lovlig grund for databehandling i e-databeskyttelsesforordningen, så den stemmer overens med databeskyttelsesforordningen.
- At Danmark arbejder for, at reglerne om uanmodede henvendelser afspejler virkeligheden og formuleres klart.
- At Danmark arbejder for, at sanktioner for overtrædelse af reglerne om uanmodede elektroniske henvendelsen, fastsættes af medlemsstaterne selv.

#### **Identitetstyveri**

Det skal sikres, at butikkerne har ordentlige værktøjer, så de kan sætte ind i forhold til identitetsmisbrug. I dag står forbrugerne, hvis identitet misbruges, med det personlige ubehag og usikkerheden samt de praktiske problemer, imens virksomhederne står med det økonomiske tab.

Der skal findes en løsning, som hjælper både forbrugerne og de erhvervsdrivende i kampen mod identitetstyvene. Regeringen har allerede fået vedtaget en mulighed for, at alle danskere over 15 år kan få indsat en kreditspærre i CPR-registret.

Dette er et godt værktøj for både borgere og butikker, men det kan ikke stå alene. For de danske butikker er det vigtigt, at de får adgang til oplysninger om stjålne pas og kørekort, da det meget ofte er disse, der anvendes i forbindelse med misbrug af andre personers identiteter. Desværre er der i dag intet samlet sted, hvor stjålne identitetskort registreres. Det gør det sværere for både forbrugere og virksomheder at beskytte sig mod svindlerne.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At forbrugerne skal kunne melde sine identitetskort stjålet og få dette registreret.
- At butikkerne skal have mulighed for at kontrollere, om et konkret betalings- eller identitetskort er meldt stjålet, så identitetstyveri kan forebygges.

## Markedsføring

MARKEDSFØRINGSLOVEN GIVER SPILLEREGLERNE FOR MARKEDET. LOVEN SKAL PASSE TIL DEN DIGITALE VIRKELIGHED, OG DEN SKAL HÅNDHÆVES EFFEKTIVT.

#### **Ny markedsføringslov**

Den nye markedsføringslov trådte i kraft i 2017. Materielt indeholder den nye markedsføringslov ikke mange ændringer, men markedsføringsloven er i sit sprogbrug og strukturelt set blevet langt mere konform med de bagvedliggende EU-direktiver, som store dele af loven baseres på.

Danske erhvervsdrivende er i skarp konkurrence med deres udenlandske konkurrenter og betydningen af, at den EU-retlige regulering forvaltes ens på tværs af medlemsstaterne har større betydning end tidligere. Derfor er det væsentligt, at reglerne i medlemsstaterne er implementeret ens, da dette er medvirkende til at sikre fair konkurrence. EU-konform implementering og fokus på at undgå unødvendige byrder er prioriteret højt i forbindelse med tilblivelsen af den nye markedsføringslov, og det er Dansk Erhvervs forhåbning, at resultatet vil kunne mærkes positivt hos Dansk Erhvervs medlemmer.

Med den nye markedsføringslov følger også en opgave for både erhvervsorganisationer og myndigheder med at formidle kendskabet til den nye regulering til de erhvervsdrivende. Dansk Erhverv har besluttet at afsætte ressourcer til denne opgave, men det er også nødvendigt, at Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen iværksætter en erhvervsrettet informationsindsats.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At Danmark, herunder Forbrugerombudsmanden, arbejder for at sikre, at reglerne forvaltes og forstås ens i EU's medlemsstater.

## **Forbrugerombudsmanden**

En effektiv og fair konkurrence forudsætter, at det sanktioneres, når erhvervsdrivende ikke efterlever spillereglerne. Forbrugerombudsmanden fører tilsyn med markedsføringsloven, og Forbrugerombudsmandsinstitutionen nyder stor anerkendelse og respekt hos Dansk Erhvervs medlemmer, hvilket blandt andet er opnået gennem forhandlingsprincippet og Forbrugerombudsmandens adgang til at forhandle retningslinjer med interessenter fra erhvervslivet samt forbrugerorganisationer.

Et handlekraftigt tilsyn med de rette og fornødne ressourcer er ligeledes nødvendigt for at kunne gribe ind overfor særligt den grænseoverskridende, ulovlige markedsføring, som mange forbrugere udsættes for, f.eks. på sociale medier og internettet. Herudover anvendes mange forskellige markedsføringsplatforme, som kræver en langt større teknisk indsigt, end hvad tidligere har været nødvendigt, hvorfor der er behov for at vurdere, om Forbrugerombudsmanden har alle nødvendige kompetencer tilgængelige, eller om der skal udvides med f.eks. flere IT-kyndige medarbejdere og medarbejdere med viden om persondatareglerne.

Dansk Erhverv ønsker også i fremtiden et effektivt tilsyn med markedsføringsloven, og det er vigtigt, at Forbrugerombudsmanden er sikret tilstrækkelige kompetencer til at gå ind i sager af grænseoverskridende karakter.

### Dansk Erhverv foreslår

- At det sikres, at Forbrugerombudsmanden har de nødvendige ressourcer til at føre et effektivt tilsyn, herunder at det sikres, at Forbrugerombudsmanden har de nødvendige digitale kompetencer til fortsat at kunne føre et effektivt tilsyn til gavn for både forbrugere og erhvervslivet.
- At forhandlingsprincippet sikres, da det giver regler, der virker i praksis, og som dermed styrker håndhævelsen.

## **Betalinger**

BETALINGSOMRÅDET ER I FORANDRING, OG DER BLIVER FLERE OG MÅDER AT BETALE PÅ MED HVER DERES FORDELE. LOVGIVNINGEN SKAL UNDERSTØTTE DE NYE MULIGHEDER – IKKE FASTHOLDE UDVIKLINGEN VED DET GAMLE.

### **Adgang til overvæltning af betalingskortgebyrer**

Gennemsigtighed og transparens er helt afgørende for at sikre et effektivt og billigt betalingskortmarked. Dansk Erhverv mener, at mulighed for overvæltning af kortgebyrer på alle kort er den enkleste og mest gennemsigtige måde at sikre et omkostningseffektivt betalingsmarked.

De tidligere danske regler for overvæltning, den såkaldte splitmodel, har haft en positiv effekt på det danske betalingsmarked, idet flere danskere fravalgte at betale med kreditkort og i stedet benyttede de billigere debetkort. Splitmodellen gav mulighed for, at gebyrer for betaling med de dyre kreditkort kunne overvælttes på forbrugeren og derved synliggøre de skjulte omkostninger.

Som en del af den nye EU-regulering er overvæltning af gebyrer for kort reguleret under MIF-forordningen nu blevet forbudt. Dansk Erhverv mener ikke, at de nye regler kan erstatte incitamentsstrukturen i splitmodellen. Når det ikke længere vil være muligt at synliggøre omkostningen ved at benytte de dyrere kreditkort for forbrugeren, bliver konsekvensen et mindre gennemslagskraftigt og dyrere dansk betalingskortmarked, da flere forbrugere vil skifte til betaling med kreditkort tilknyttet diverse bonusordninger o.l.

Dansk Erhverv mener, at adgangen til overvæltning af kortgebyrer skal genoprettes.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At der iværksættes en analyse af konsekvenserne af implementeringen af et nyt betalingstjenestedirektiv og MIF-forordningen for det danske betalingsmarked. Herunder, konsekvenserne for prisniveau, konkurrence og brugen af debet- og kreditkort samt nye betalingsinstrumenter.
- At adgangen til overvæltning på alle betalingskort etableres så hurtigt som muligt.

#### **Innovation og konkurrence i trygge rammer**

Til trods for mange nye produkter er store dele af betalingsmarkedet stadig afskærmet fra reel konkurrence. Dansk Erhverv hilser derfor det reviderede betalingstjenestedirektiv velkommen, hvor nye regler om tredjepartsudbydere åbner hele betalingsmarkedet op for innovation og pris-konkurrence. De nye regler om tredjepartsudbydere medfører dog både muligheder og risici for forbrugere og detailhandel. EU-reglerne kan ikke stå alene, hvis der skal skabes mulighed for innovation og konkurrence på en måde, som er tilstrækkelig betryggende for brugerne af de nye produkter.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At der sikres en høj konkurrence på markedet for udbydere af tredjepartsadgang til transaktioner.
- At det sikres, at der ikke kan kræves højere betaling for tredjepartstransaktioner end forbrugeren i dag betaler ved konto-til-konto transaktioner.
- At der nedsættes et udvalg, der skal analysere, hvordan reglerne om tredjepartsudbydere kan skabe innovation og konkurrence på en betryggende måde.

#### **Mulighed for kontantfrie butikker**

Dansk Erhverv ønsker, at butikker, restauranter og andre erhvervsdrivende selv skal kunne bestemme hvilke betalingsformer, som de vil tage imod, herunder om de vil tage imod kontanter. Med indførelsen af Dankortet i Danmark i 1984 blev reglen om, at butikkerne skulle tage imod kontanter indført. Dengang lød reglen, at butikker, der tog imod kort, også skulle tage imod kontanter i den normale forretningsstid. Senere blev delen med ”den normale forretningsstid” slettet, hvorefter butikkerne således skulle tage imod kontanter døgnet rundt, hvis de tog imod kort.



Ved implementeringen af det seneste betalingstjenestedirektiv i dansk ret med lov om betalinger, blev der mulighed for, at butikker igen kan sige nej til kontanter om aftenen og om natten. Det er glædeligt, men det bør helt generelt være op til betalingsmodtageren selv at vælge, hvilke betalingsmidler betalingsmodtageren vil tage imod.

Verden i dag har mange gode alternativer til kontanter, og derfor bør lovgivningen også følge med udviklingen. En ændring af reglerne vil:

- Fremme innovative løsninger og medvirke til at skabe nye koncepter
- Mindske risikoen for svind og røveri
- Skabe tryggere rammer for de ansatte
- Mindske omkostningerne, da kontanter er dyre at håndtere

#### Dansk Erhverv foreslår

- At den nuværende regel i lov om betalinger §81 bliver ændret, så butikkerne får mulighed for at sige nej tak til kontanter.

#### **Mulighed for deling af data vedrørende misbrugte betalingskort**

Der bliver årligt svindlet for flere hundrede millioner kroner i forbindelse med misbrug af betalingskort. En ikke ubetydelig del af dette misbrug sker i detailhandlen – i særdeleshed i webbutikker, hvor kriminelle køber varer med stjålne betalingskort. Det er butikken der står tilbage med tabet, da butikken ofte først bliver bekendt med, at kortet er stjålet, når varen er afsendt. Da kortudsteder samtidig fører pengene tilbage fra butikken til kortholder, så er tabet ene og alene butikens. Det fører til dyrere varer.

Det er imidlertid kendt, at en del af det betalingskortmisbrug, der foregår, sker ved at kriminelle med det samme kort i flere forskellige butikker, hvorfor det ikke alene er én butik, men flere butikker der lider tab som følge af misbruget.

En del af det tab kan fjernes, hvis butikkerne kan advare hinanden mod at lade transaktioner med konkrete kompromitterede kort blive gennemført. Tabet ved misbruget bliver i sidste lagt over på forbrugerne som en del af den samlede pris for varerne, hvorfor en reduktion i det kriminelle misbrug også kommer forbrugerne til gavn.

#### Dansk Erhverv foreslår

- At det i lovgivningen sikres, at butikker kan dele oplysninger med henblik på at forebygge betalingskortmisbrug.

## Bedre regulering på forbrugerområdet

FORBRUGERPOLITIKKEN ER BLEVET EUROPÆISK. DET ER PÅ MANGE MÅDER GODT. DESVÆRRE ER MANGE FORSLAG FOR DÅRLIGE, FORDI BERØRTE PARTER IKKE ER INDRAGET, OG KONSEKVENSERNE IKKE ER AFDÆKKEDE. DER ER BRUG FOR AT GENTENKE LOVGIVNINGSPROCESSEN.

### Bedre regulering i Danmark og EU

EU-politik anno 2018 er blevet indenrigspolitik – det gælder ikke mindst forbrugerpolitikken. Desværre er der en tendens til at forhandlinger og positioner, både før og efter forslagens egentlige fremsættelse, er ret uigennemskuelige. Konsekvenserne er, at forslagene ikke altid er tilstrækkeligt belyst, før beslutningerne træffes, hvilket har været uheldigt for en række forbrugerpolitiske forslag. Dansk Erhverv så gerne en større mulighed for involvering og dialog - også i den tidlige fase.

Dertil kommer, at EU-Kommissionen i flere tilfælde har fravalgt at belyse konsekvenserne for virksomhederne, når der er tale om forslag, der fremsættes som forbrugerbeskyttelsesforslag. Der er endvidere generelt det problem, at både metoden og vidensbasen alt overvejende er utilstrækkelig. Der lægges i flere tilfælde stor vægt på holdningstilkendegivelser i spørgeskemaundersøgelser – ofte med ledende spørgsmål - som ikke afdækker de reelle problemer, der bør afdækkes faktisk.

Konsekvensvurderingerne er samlet set af meget ringe karakter, og det organ, som er sat i verden for at kontrollere, at konsekvensanalyserne reelt afdækker konsekvenserne (Regulatory Scrutiny Board), er udfordret. I 2016 afviste RSB 16 forslag fra Kommissionen pga. for ringe konsekvensvurderinger. 15 blev efter helt korte tidsperioder alligevel godkendt i flere tilfælde, selvom de krævede ændringer kun var ”delvist”(partly) eller hovedsageligt (mostly) gennemført<sup>3</sup>. RSB er ikke et organ, der er stærkt nok til at sikre et egentligt evidensbaseret approach til policy-dannelse – sådan som der ellers lægges op til i Kommissionens *Better Regulation Guidelines*.

Det er derfor meget positivt, at VLAK-regeringen har sat fokus på at belyse de byrder, som virksomhederne vil få, og Dansk Erhverv opfordrer til, at dette prioriteres, både for danske forslag og ikke mindst for EU-forslag.

### Dansk Erhverv foreslår

- At regeringen etablerer løbende dialogmøder med berørte parter, herunder virksomhedsrepræsentanter, om forbrugerpolitiske forslag i EU.
- At regeringen arbejder for at skabe så stor åbenhed som overhovedet muligt i alle faser af EU-beslutningsprocessen om forbrugerregler.

---

<sup>3</sup> [https://ec.europa.eu/info/files/regulatory-scrutiny-board-annual-report-2016\\_en](https://ec.europa.eu/info/files/regulatory-scrutiny-board-annual-report-2016_en)

- At regeringen arbejder for, at EU-Kommissionens konsekvensanalyser på forbrugerbeskyttelsesområdet forbedres, så de reelle konsekvenser af lovgivning belyses på forsvarlig vis. Konsekvenserne for både virksomheder og forbrugere skal altid indgå.
- At regeringen arbejder for, at EU-Kommissionens konsekvensanalyser baseres på valid data og omfatter høringer, som vedrører konkrete forhold og lovforslag af den type, der anvendes i Danmark.