



# Handel via Internet

-En studie av IKEA

Tillämpningsuppsats i avtalsrätt, Vårterminen 2000

Författare Martin Hansson

Handledare Christina Ramberg Hultmark

Juridiska Institutionen, Göteborgs Universitet

## Sammanfattning

Handel via Internet

-En studie av IKEA

Tillämpningsuppsats i avtalsrätt, Vårterminen 2000

Författare Martin Hansson

Handledare Christina Ramberg Hultmark

Juridiska Institutionen, Göteborgs Universitet

**Problembakgrund:** Det övergripande problem som jag skall behandla i denna uppsats är hur man praktiskt går till väga för att uppfylla de krav som lagstiftaren efterfrågar i samband med handel över Internet och där framförallt lagstiftarens informationskrav.

Internethandel innebär att kontakten mellan leverantör och kund blir opersonlig vilket ställer extra krav på skydd av vissa grupper såsom konsumenter och minderåriga. Dessutom integreras ofta standardavtal i köpeavtalet vid köp via Internet. Skall sådana avtal behandlas som en del av köpeavtalet eller inte?

**Syfte:** Syftet med uppsatsen är att jämföra IKEA -Sverige, -Norge samt -Danmarks nuvarande villkor samt information på respektive lands hemsidor med aktuell lagstiftning och direktiv, samt att skapa ett förslag till ändringar av hemsidornas utformning som kan gälla i Sverige, Norge och i Danmark.

**Avgränsning:** Uppsatsen behandlar IKEAs hemsidor i Sverige, Norge och Danmark med tyngdpunkten på de danska samt svenska Internetsidorna med tillhörande lagstiftning. Uppsatsen är praktiskt inriktad och syftar inte till att presentera någon helhetsbild av handel via Internet. Tyngdpunkten i uppsatsen ligger i den information som kunderna skall ha enligt gällande lagstiftning.

**Metod:** Traditionell juridisk metod används i behandlingen av de rättskällor som ligger till grund för uppsatsen. Källorna omfattar EG-rätt, nordisk gällande rätt, praxis och doktrin. Vad gäller strukturen på uppsatsen så är denna utarbetad kring att till en början få en inblick i relationen mellan allmän avtalsrätt och avtal på distans. Vidare handlar tyngdpunkten i uppsatsen om leverantörens informationsskyldighet för att avslutas med ett nytt lösningsförslag för IKEA.

**Slutsatser:** IKEA har idag en väl fungerande handel via Internet vilket har utvidgat IKEAs marknadsandel till att också omfatta de geografiska ytterområdena kring varuhusen. IKEA har valt att ge sig in på marknaden i ett högt tempo vilket delvis kommer till uttryck genom att IKEA inte helt och hållet uppfyller lagens krav angående distanshandel. Jag tror att det är viktigt att kontinuerligt analysera hemsidorna ur juridisk synvinkel eftersom lagstiftningen ständigt utökas och ändras.

## **Förord**

Jag skulle vilja tacka Christina Ramberg Hultmark som gjort det möjligt att på ett lätt och smidigt sätt skriva denna uppsats på distans. Jag vill även tacka mina studiekamrater Lars Jernkrok och Niklas Andersson som verkligen pressat mig till att skriva färdigt denna uppsats. Ett sista tack vill jag ge till Jan Ørtoft Larsen som på ett härligt sätt gett mig utrymme att avsluta studierna vid sidan om mitt arbete på IKEA.

Martin Hansson

|  |           |
|--|-----------|
| <b>SAMMANFATTNING</b>  | <b>2</b>  |
| <b>FÖRORD</b>  | <b>3</b>  |
| <b>INLEDNING</b>   | <b>6</b>  |
| BAKGRUNDSBESKRIVNING   | 6         |
| PROBLEMFÖRMULERING   | 7         |
| SYFTE  | 7         |
| AVGRÄNSNINGAR  | 7         |
| METOD  | 8         |
| DISPOSITION  | 8         |
| <b>AVTALET</b>   | <b>9</b>  |
| ALLMÄNT  | 9         |
| <b>ALLMÄNT INTERNATIONELLT/EG-RÄTTSLIGT</b>  | <b>11</b> |
| <b>KONSUMENT ELLER NÄRINGSIDKARE</b>   | <b>12</b> |
| <b>STANDARDAVTALETS BETYDELSE</b>  | <b>13</b> |
| <b>RÄTTSHANDLINGSFÖRMÅGA</b>   | <b>14</b> |
| <b>ANBUD/ACCEPT/UTBUD</b>  | <b>16</b> |
| <b>VILKEN INFORMATION SKALL KUNDEN ERHÅLLA PÅ IKEAS FÖRSÄLJNINGSSIDOR?</b>                 | <b>18</b> |
| DIREKTIV 97/7/EG OM KONSUMENTSKYDD VID DISTANSAVTAL  | 19        |
| <i>Informationen skall lämnas i "god tid" samt språkval</i>                                | 19        |
| <i>Leverantörens identitet</i>   | 20        |
| <i>Varans väsentliga egenskaper</i>  | 20        |
| <i>Varans pris, leveranskostnader samt sättet för betalningen</i>                          | 21        |
| <i>Ångerrätten samt under vilket tid erbjudandet gäller</i>                                | 22        |
| <b>VARAKTIG BEKRÄFTELSE AV INFORMATIONEN</b>   | <b>26</b> |
| PÅFÖLJDER VID UTEBLIVEN INFORMATION  | 27        |
| <b>ÅNGERRÄTT</b>   | <b>28</b> |
| FULLGÖRANDE  | 31        |
| <b>DIREKTIV 2000/31/EG OM ELEKTRONISK HANDEL</b>   | <b>32</b> |
| ALLMÄNT  | 32        |
| <i>Allmän information som skall lämnas enligt artikel 5 i direktiv 2000/31/EG</i>          | 33        |
| <i>Tjänsteleverantörens identitet, geografiska adress samt e-postadress etc.</i>           | 33        |
| <i>Registrering i handelsregister samt mervärdesskattepliktiga identifieringsuppgifter</i> | 34        |
| <i>Information om varans pris, skatter samt leveranskostnad</i>                            | 34        |
| <i>Information som skall lämnas enligt artikel 6 i direktiv 2000/31/EG</i>                 | 34        |
| <i>Information som skall lämnas enligt artikel 10 i direktiv 2000/31/EG</i>                | 35        |

|  |           |
|--|-----------|
| <b>PERSONLIG INFORMATION</b>           | <b>37</b> |
| UK DATA PROTECTION ACT                 | 37        |
| DANSK OCH SVENSK PERSONLIG INFORMATION | 38        |
| NORSK PERSONLIG INFORMATION            | 39        |
| PERSONNUMMER                           | 39        |
| <b>SLUTKOMMENTARER</b>                 | <b>40</b> |
| DE SVENSKA VILLKOREN                   | 40        |
| ALLMÄNNA VILLKOR FÖR IKEA PÅ NÄTET     | 41        |
| <i>Betalning</i>                       | 41        |
| <i>Leverans &amp; frakttuppgifter</i>  | 41        |
| <i>Fraktkostnader:</i>                 | 41        |
| <i>Annullera beställning</i>           | 41        |
| Kundservice                            | 41        |
| <i>Öppet köp- ångerköp</i>             | 41        |
| <i>Köptrygghet</i>                     | 42        |
| <i>IKEA kvalitet</i>                   | 42        |
| <i>Personlig information</i>           | 42        |
| KOMMENTAR TILL VILLKOREN               | 42        |
| KOMMENTARER UTANFÖR VILLKOREN          | 44        |
| <b>SLUTSATSER</b>                      | <b>44</b> |
| <b>KÄLLFÖRTECKNING:</b>                | <b>45</b> |
| BÖCKER                                 | 45        |
| OFFENTLIGT TRYCK:                      | 46        |
| <i>Danskt offentligt tryck:</i>        | 46        |
| <i>Danska rättsfall:</i>               | 46        |
| <i>Norskt offentligt tryck:</i>        | 46        |
| <i>Svenskt offentligt tryck:</i>       | 47        |
| <i>Direktiv/förslag till direktiv</i>  | 47        |
| ÖVRIGT:                                | 48        |

## **Inledning**

### ***Bakgrundsbeskrivning***

Under mitten av 1990 talet började IKEA att använda sig av det starkt växande Internet. Det första initiativet kom ej från IKEA utan det var personer utanför IKEA som började att uttrycka tankar och idéer om IKEA. Det första steget från IKEAs sida kom igenom en kampanj, kallad democratic design vid en möbelmässa i Milano 1995. Under 1996 började en del av varuhusorganisationssidan i IKEA att intressera sig för att lansera IKEA. Dessa länder var Slovakien, Hong-Kong samt Danmark. För att skydda varumärket IKEA på Internet lanserade Inter IKEA systems BV en internationell hemsida under adressen [www.IKEA.com](http://www.IKEA.com) under 1996. Många varuhusländer följde sedan efter och utvecklade nationella hemsidor anpassade efter det lokala behovet. Under 1998 tog man ett ytterligare steg och samlade upp den erfarenhet som fanns i organisationen för att bygga en gemensam plattform kring Internet etableringen.

Tanken med vidare exploatering av Internet var bland annat att utnyttja Internet till marknadsföring, dialog och kontaktkanal samt som försäljningskanal.

Tidsperspektivet för detta genomförande var att man skulle ha implementerat de nya Internetsidorna i väst-Europa och Nordamerika mellan mars och juli år 2000.

På försäljningssidan valde man att gå ut med en begränsad del av sortimentet för att senare utveckla det mer och mer. IKEA valde att testa försäljningen via Internet i de nordiska länderna.

Danmark, Sverige, Finland och delvis Norge har under år 2000 startat försäljningen och i samband med detta lagt ut en del juridiska villkor som står i relation till handeln via Internet vilket denna uppsats delvis kommer att handla om.

IKEA har valt att genomföra en snabb introduktion på Internet. Detta passar också med den firma-politik som IKEA för nämligen att ge sig ut i problematiken och ta problemen när de kommer (learning by doing).

### ***Problemformulering***

Det övergripande problem som jag skall behandla i denna uppsats är hur man praktiskt går till väga för att uppfylla de krav som lagstiftaren efterfrågar i samband med handel över Internet och där framförallt lagstiftarens informationskrav.

Distanshandel gör att kontakten mellan leverantör och kund blir opersonlig varför det är viktigt att skydda vissa grupper som exempelvis konsumenter och minderåriga. Den nya lagstiftningen gällande distanshandel täcker inte fullständigt in dessa områden varför det är viktigt att påpeka sambandet mellan den allmänna avtalsrätten och distanshandel.

Standardavtal blir ofta en naturlig del av Internet handeln. Frågan är hur man säkrar sig att ett standardavtal blir en del av köpavtalet. En ytterligare fråga är om försäljningsinformationen skall behandlas som anbud eller utbud då det med dagens on-line teknik är mycket enkelt att gå in och rätta exempelvis felaktig prisinformation.

### ***Syfte***

Syftet med uppsatsen är att jämföra IKEA -Sverige, -Norge samt -Danmarks nuvarande villkor samt information på respektive lands hemsidor med aktuell lagstiftning och direktiv, samt att skapa ett förslag till ändringar av hemsidornas utformning som kan gälla i Sverige, Norge och i Danmark.

### ***Avgränsningar***

Uppsatsen behandlar IKEAs hemsidor i Sverige, Norge och Danmark med tyngdpunkten på de danska samt svenska Internetsidorna med tillhörande lagstiftning. Uppsatsen är praktiskt inriktad och syftar inte till att presentera en helhetsbild av handel via Internet. Tyngdpunkten i uppsatsen ligger i den information som kunderna skall ha enligt gällande lagstiftning.

Denna uppsats behandlar svensk och dansk rätt något mer eftersom IKEA Norge ännu inte har startat upp Internetförsäljningen.

När det i uppsatsen hänvisas till IKEAs villkor eller information på hemsidan så tar dessa hänvisningar utgångspunkt i IKEA Sveriges hemsida om det inte direkt av texten framgår annat.

### ***Metod***

Traditionell juridisk metod används i behandlingen av de rättskällor som ligger till grund för uppsatsen. Källorna omfattar EG-rätt, nordisk gällande rätt, praxis och doktrin. Vad gäller strukturen på uppsatsen så är denna utarbetad kring att till en början få en inblick i relationen mellan allmän avtalsrätt och avtal på distans. Vidare handlar uppsatsen om leverantörens informationsskyldighet för att avslutas med ett nytt lösningsförslag för IKEA. Norge har ännu inte implementerat sin on-line tjänst vad gäller försäljning. Norge har försäljning via postorder samt telefon med utgångspunkt ifrån deras hemsida. Jag har ändå valt att behandla Norge som om att de har gått igång eftersom tanken var att Norge skulle ha startat sin försäljning via Internet då jag påbörjade denna uppsats.

### ***Disposition***

Den första delen visar att det finns ett samband mellan den allmänna nordiska avtalsrätten och distanshandel.

Den andra delen går ut på att i huvudsak jämföra den information som IKEA lämnar till sina kunder och vad som faktiskt krävs enligt gällande och kommande lagstiftning på området.

Den tredje delen omfattar behandlingen av personlig information i relation till kundregister vid handeln med IKEAs kunder via Internet.

Avslutningsvis sammanfattas de brister som framkommit genom ett förslag till IKEA om eventuella förändringar.



## **Avtalet**

### ***Allmänt***

Den fråga man ställer sig är i vilken utsträckning de lagregler vi har idag följer den tekniska och handelsmässiga utvecklingen. Det är inte heller säkert att de gamla avtalsprinciperna blir oanvändbara utifrån den grund att handeln med varor och tjänster tar ny form.

Både i dansk och svensk juridisk litteratur konstateras att de redan befintliga äldre lagarna i lång utsträckning kan användas på alla former för kommunikation.<sup>1</sup>

Avtalsrätten bygger på principen om parternas avtalsfrihet och förpliktelsen att uppfylla avtalet efter att det har ingåtts<sup>2</sup>. Avtalslagen är dispositiv vilket innebär att avtalsparterna själva kan bestämma vilket innehåll avtalet skall ha. Avtalslagen kompletteras däremot med bl. a. indispositiv konsumenskyddslagstiftning just för att förhindra att balansen mellan parterna skall bli orättfärdig. Även i avtalslagen finns det regler som gör det möjligt att i efterhand korrigera ett avtal som på ett eller annat sätt har fått en oskäligt resultat exempelvis 36§ AvtL.

För att det skall föreligga ett avtal mellan två parter så skall vissa minimirekvisit vara uppfyllda och till dessa hör

1. att de rättshandlingar som avses verka avtalsgrundande företas av sådana som har rättshandlingsförmåga eller varit behöriga att företa dem,
2. att rättshandlingen utgivits för att bringas till en eller flera adressaters kännedom,
3. att, i förekommande fall, rättshandlingen uppfyller legala eller avtalade formkrav, textskriftlig form eller bevittning samt

---

<sup>1</sup> Blume m. fl. "IT-retlige emner" (1998) sid 43 samt Hultmark "Elektronisk handel och avtalsrätt (1998) s.101.

<sup>2</sup> Ramberg m fl "Allmän avtalsrätt" (1995) sid.27

4. att, om några särskilda formkrav inte föreligger, ömsesidiga avtal kommer till stånd genom överensstämmande viljeförklaringar.”<sup>3</sup>

Detta är utgångspunkten för att man skall kunna tala om ett avtal i Sverige.

I IKEAs fall kommer det bli relevant att kommentera punkt 1 samt 4. Situationen är lite speciell eftersom handeln sker via Internet och den formen av avtal som används är ett standardavtal vilket gör att det individuella inslaget i avtalsituationen minskar. Däremot är det intressant att kommentera rättshandlingsförmågan hos de personer som beställer eftersom kontakten mellan parterna är opersonlig och det är därmed svårt att kontrollera vem det är som faktiskt ingår avtalet. Punkt 4 handlar om den viljeförklaring som skall ingå i avtalsdelen. Vid ett köp på IKEAs hemsida är man tvungen att acceptera det standardavtal som beskrivs nedan för att få avtal till stånd. Läser man igenom reglerna så kan man kanske tala om en överensstämmande partsvilja som i och för sig inte går att omförhandla. Det är ju inte alla som läser igenom villkoren och därmed är inte punkt 4 uppfylld. Att man utnyttjar standardavtal beror till stor del på att det är hanteringsmässigt och ekonomiskt omöjligt att förhandla alla avtal individuellt, vilket i sista ändan går ut över kunden som i sådana fall kommer att få betala för det.

I dansk juridisk litteratur talar man också om parternas frihet att ingå avtal. Det är parternas vilja som leder till att ett avtal kommer till stånd. Parternas motstående önskningsar och viljor stöter samman och slipar varandra och därefter uppstår kontraktet och dess innehåll.

Den ovanstående beskrivningen passar bäst under förutsättning nedanför uppräknande omständigheter är gällande (uppräknningen är inte uttömmande):

1. ” Bägge parter är myndiga.
2. Bägge parter är vid kontraktets ingående i stånd till att förhandla förnuftsmässigt.
3. Ingen av parterna är vid ingåendet utsatt för tvång, svek, utnyttjande mm från den andra partens-eller tredje mans sida.
4. Bägge parter är i stånd till att överskåda kontraktets konsekvenser - såväl det ögonblickliga som det framtida.
5. Ingen av parterna har en monopolställning på det område, som kontraktet vidrör.
6. Ingen av parterna har plikt att kontrahera med den andre.”<sup>4</sup>

Den enda punkt som kan vara direkt relevant i IKEAs fall är eventuellt att kontrollera kundens myndighetsålder då avtalet kommer att ingås på distans. De andra punkterna är givetvis också relevanta men kommer ej att behandlas i denna uppsats.

I Norge, liksom i Sverige och Danmark, finns möjlighet för att jämka ett oskäligt avtal eller delar av dess innehåll.<sup>5</sup>

<sup>3</sup> Ramberg m fl ”Allmän avtalsrätt” (1995) sid.45

<sup>4</sup> Andersen m.fl (1997) s19. (min översättning)

<sup>5</sup> Se 36§ Lov om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeseerklæringer. 31 mai Nr. 4

Den grundläggande avtalsrätten skiljer sig inte speciellt mycket mellan Sverige, Norge och Danmark. En del av de skillnader som är relevanta i relation till denna uppsats är Danmarks och Sveriges inträde i EG vilket har harmoniserat delar av avtalsrätten och däribland den elektroniska handeln. Det kommer att visa sig att dessa skillnader i stort sett inte existerar då Norge har implementerat de direktiv som denna uppsats omhandlar.

## **Allmänt internationellt/EG-rättsligt**

Det sker löpande förändringar på den internationella marknaden. På EG-nivå har man funnit det nödvändigt att utveckla den gränsöverskridande handeln för att de enskilda ländernas lagstiftning inte skall förhindra den handelsmässiga utvecklingen genom exempelvis tullar, konsumentskyddslagstiftning, vilket lands lag som skall vara tillämplig vid en eventuell tvist osv. Den lagmässiga utveckling som sker kring Internethandeln innebär också att de parter som uppträder på marknaden känner sig mer trygga då de vet vilka regler som gäller, samt de som skall träda in på marknaden känner en större trygghet eftersom det finns ett nät av regler som skyddar deras verksamhet.

På EG nivå har det kommit en rad direktiv under de senaste åren som mer eller mindre har anknytning till Internethandeln. Som exempel kan nämnas Europaparlamentets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid konsumentavtal, Rådets direktiv 93/13/EEG av den 5 april 1993 om oskäliga villkor i konsumentavtal, Rådets direktiv 84/450/EEG av den 10 september 1984 om vilseledande reklam, direktiv 2000/31/EG av den 8 februari 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, direktiv 97/66/EG av den 15 december 1997 om behandling av personuppgifter och skydd för privatlivet inom telekommunikationsområdet etc. Det är frågan om direktiv som skyddar konsumenterna, vilken information som en försäljningssida skall innehålla, skyddet för personliga uppgifter i samband med handel, vilseledande reklam osv. Alla direktiv som denna uppsats berör är inte implementerade ännu i de nationella lagstiftningarna men det gör dem ändå inte ointressanta eftersom de visar vad som kommer att ske på området i framtiden.

## **Konsument eller näringsidkare**

De parter som kan handla på IKEAs hemsida är antingen konsumenter eller näringsidkare. Det har i allmänhet stor betydelse om en av parterna är konsument beroende på att de lagar som skyddar konsumenterna är mer långtgående och till stor del indispositiva. Konsumentbegreppet beskrivs i flera av de direktiv som utkommit av EG under de senaste åren. Som exempel kan nämnas distansavtalsdirektivet 97/7 där konsumentbegreppet beskrivs som ”en fysisk person som, med avseende på avtal som omfattas av detta direktiv, handlar för ändamål som ligger utanför näringsverksamhet, affärsverksamhet eller yrke.”<sup>6</sup> Utöver konsumentskyddslagstiftning så finns det givetvis lagstiftning som är till för att skydda näringsidkare. Denna typ av lagstiftning är ofta dispositiv vilket får till följd att parterna till stor del själva utformar de regler som de vill skall gälla under avtalsperioden eller hänvisar till standardavtal.

Vid handel via Internet kan det vara svårt att identifiera vilken typ av kund som man har att göra med. Det är ofta så att man klickar sig fram till avtalsslutet och kanske är man tvungen att informera den säljande parten om man är konsument eller näringsidkare. Vid ett sådant tillfälle skulle kunden kunna missleda avtalsparten genom att uppge falsk information om att han driver näringsverksamhet. Det kan nämligen vara så att exempelvis de priser som en näringsidkare lämnar till en annan näringsidkare kan vara mer förmånliga då dessa parter inte är tvungna att anpassa sig till en massa långtgående förpliktelser. Detta skulle kunna vara en anledning varför det ligger ett intresse från en konsuments sida att uppge felaktig information om att han är konsument eller

---

<sup>6</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 2:2

näringsidkare. Konsumentskyddslagstiftning är indispositiv vilket får den följd att man inte kan avtala sig ifrån att en konsument faktiskt är en konsument. Det är också näringsidkaren som i normalfallet har bevisbördan för att avtalet inte har slutits med en konsument, varför det ligger i hans intresse att säkra sig om vilken typ av person han ingår avtalet med.<sup>7</sup>

IKEA gör nästan ingen åtskillnad i om kunden är konsument eller näringsidkare. Den enda skillnaden som föreligger är att en näringsidkare kan få möjlighet ingå ett kreditavtal med IKEA vilket innebär att den juridiska personen får lov att betala via faktura med trettio dagars kredit. Detta skall kunden ansöka om och IKEA undersöker då kreditvärdighet genom kundens firmanummer. Utöver detta har en firmakund inga andra förmåner som skulle vara intressant för en konsument. Tvärtom har firmakunderna nytta av att IKEA behandlar alla sina kunder lika då dessa får ta del av exempelvis de förmånliga returreglerna, fraktpriser samt den allmänt låga prisnivån.

Det som nu inte är reglerat via de villkor som IKEA har i förbindelse med avtalets ingående kommer givetvis att bedömas av respektive lands köprätt eller avtalsrätt. IKEAs villkor är inte speciellt betydande för kunden vilket ligger i linje med IKEAs generösa kundpolitik då kunden alltid mer eller mindre har rätt.

## **Standardavtalets betydelse**

Den sida på Internet där IKEA har lagt upp sin försäljning, innehåller ett standardavtal som skall gälla för alla de kunder som väljer att handla på distans. Syftet med detta standardavtal är att det skall vara en del av köpeavtalet och utöver dess innehåll kommer nationella regler att gälla. Framförallt kommer tvingande lagstiftning att vinna företräde framför ett standardavtal där det finns direkta motstridigheter. Denna tvingande lagstiftning kan bli vara konsumentskyddande lagstiftning vilket kommer att kommenteras nedan.

Alla avtal har en individuell del som avtalas specifikt. Typiskt sett objektet men också pris, leveranssätt, tid och plats för fullgörandet etc<sup>8</sup>. Detta har också IKEA genom att kunden bestämmer vilket objektet skall vara, betalningssättet och till viss del leveranstiden då kunden har möjlighet för att senarelägga leveransdatumet. Kunden kan som exempel inte påverka den första delen av leveranstiden vilket oftast är bestämt till en vecka. Kunden kan heller inte förhandla priset utanför katalogpriserna eller de generella villkoren. Det skulle vara omöjligt att avtala alla avtal individuellt när man tänker på den mängd kunder som kommer att handla på IKEAs Internetsida varje dag. Därför är det nödvändigt att minimera antalets individuella inslag.

---

<sup>7</sup> Hultmark, "Elektronisk handel och avtalsrätt" (1998) sid.77.

<sup>8</sup> Hellner "Kommersiell avtalsrätt" (1993), sid. 89.

Som huvudregel blir standardavtalet en del av köpeavtalet när de avtalande parterna på ett eller annat sätt inkorporerar den standardiserade texten i det individuella avtalet.<sup>9</sup> Det som kan ske är att kunden inte görs tillräckligt uppmärksam på det avtalsmässiga innehållet då de klickar sig fram till en slutlig beställning. Man kan fråga sig om det förekommer en gemensam partsvilja då den ena parten inte är medveten om vad de faktiskt godkänner som avtalsinnehåll. Den som utformar standardavtalet, i detta fallet IKEA, kommer också att hamna i ett övertag gentemot kunden eftersom kunden är tvungen att acceptera de regler som avtalet innehåller för att få ett köp till stånd. Å andra sidan har kunden möjlighet för att ej ingå avtalet om vederbörande inte instämmer med villkoren. Konsekvensen av ett oskäligt innehåll i standardavtalet är en eller annan form av jämkning. För att förhindra en jämkningssituation kan lösningen vara att man under de villkor som eventuellt kan upplevas som oskäliga tvingar kunden att godkänna villkor för villkor före de kan gå vidare till den slutliga beställningen.<sup>10</sup> Det är denna typ av procedur som kallas för ”point and click” kontrakt.

IKEAs villkor är mycket allmänt hållna och överensstämmande med dispositiv rätt. IKEAs standardavtal kommer med allra största sannolikhet att bedömas som en del av köpeavtalet vid en eventuell prövning. IKEAs villkor är idag tekniskt uppbyggda som point and click kontrakt. Kunden skall godkänna att han har tagit del av vissa delar av villkoren innan köpet avslutas.

## Rättshandlingsförmåga

En av de punkter som skall vara uppfyllda för att avtal skall komma till stånd är att den person som företar rättshandlingen har rättshandlingsförmåga. Detta innebär att man uppfyller lagens krav för att få ingå avtal. Vid ett köp på IKEAs Internetsida kan det vara svårt att avgöra vilken typ av kund man avtalar med.

Myndighetsåldern i Sverige är 18 år enligt FB 9:1. Enligt huvudregeln kan en omyndig inte själv råda över sin egendom eller åta sig förbindelser. Den omyndiga personen kan beställa varor ifrån IKEA men han är inte rättsligt förpliktad att fullgöra sin förpliktelse. Det finns undantag från denna huvudregel exempelvis i FB 9:3 som säger att personen har rätt till att råda över vad han genom eget arbete har förvärvat efter det att han har fyllt sexton år. Om det är så att den omyndiga personen har ingått avtal med IKEA utan erforderligt samtycke med förmyndaren och IKEA vet om personens omyndighet så skall IKEA invänta förmyndarens samtycke och IKEA blir således ensidigt bunden under denna mellanperiod.<sup>11</sup> Tidsperspektivet i denna mellanperiod beror på vad som är bestämt eller annars vad som skäligen kan antas åtgå. IKEA kan aldrig påstå sig vara i god tro vid ingångna avtal med omyndiga eftersom IKEA inte begär upplysning kring kundens ålder. Ansvaret ligger på IKEA att vid viktigare transaktioner säkra sig om att

---

<sup>9</sup> Ramberg, Hultmark ”Allmän avtalsrätt” (1995), sid 141.

<sup>10</sup> Hultmark ”Elektronisk handel och avtalsrätt” (1998) sid 73f

<sup>11</sup> Ramberg m. fl ”Allmän avtalsrätt” (1995), sid. 76

avtalsparten har uppnått myndig ålder.<sup>12</sup>

Om den omyndige ingår ett avtal med IKEA som inte är giltigt så skall, om möjligt, både IKEA och den omyndige återbära vad de har mottagit om inte avtalet godkänns av den omyndiges förmyndare i efterhand. Om den omyndige inte kan lämna tillbaka egendomen så kan han bli skadeståndsskyldig om han t ex har förstört den genom vårdslöshet. Den omyndiga personen är endast skyldig att återge ersättning enligt FB 9:7 om egendomen eller delar därav har använts till hans nytta. Om personen har vilselett IKEA genom falska uppgifter om sin behörighet kan han bli ersättningskyldig för ett belopp som anses skäligt för den förlust som IKEA har fått pga avtalet. Denna ersättning är en ersättning för det negativa kontraktsintresset vilket innebär att han skall stå kostnaden för de merutgifter IKEA har haft pga av att avtalet ej infriats vilket typiskt sett skulle kunna vara fraktkostnaden.

En person som handlar under psykisk störning kan också ogiltigförklara avtalet pga bristande rättshandlingsförmåga.<sup>13</sup>

I Norge är myndighetsåldern liksom i Sverige 18 år. Den omyndige kan inte heller råda över egendom eller ingå avtal.<sup>14</sup> Har den omyndige fyllt 15 år har han/hon rätt att råda över den intjänade egendomen genom att exempelvis inhandla ting till den dagliga hushållningen. Om den omyndige ingår ett avtal som han inte har lov till kan i detta fall IKEA frångå avtalet såtillvida att den omyndiga inte har infriat sina förpliktelser. Den omyndige är inte skyldig att ersätta för mer av avtalet än det som har kommit honom till nytta.<sup>15</sup>

I Danmark skall man liksom i Sverige och Norge ha uppnått en ålder av 18 år för att vara myndig.<sup>16</sup> Vid 15 års ålder kan man använda de pengar man intjänat själv till eget hushåll. Rätten att frånträda avtalet från IKEAs sida är också desamma om en omyndig ingått avtalet.

Efter att beställningen är gjord via IKEAs Internetsida så kommer varan att levereras via

---

<sup>12</sup> Ramberg m. fl "Allmän avtalsrätt" (1995), sid. 77

<sup>13</sup> Ramberg m. fl "Allmän avtalsrätt" (1995), sid. 78

<sup>14</sup> Norges lover 22 april nr.3 1927 1§.

<sup>15</sup> Norges lover 22 april nr.3 1927 32§, 33§,33§b, 36§ samt 37§.

<sup>16</sup> Lov 1995-06-14 nr 387 1§.

post om den väger under 20 kg eller med lastbil om den väger över 20 kg. Detta innebär att det finns ytterligare personer som kan kontrollera en mottagares ålder nämligen posten vid utkvitteringen av paketet på postkontoret samt fraktmannen.

Avtalet kommer alltid att uppstå mellan IKEA och kunden varför posten eller leveransfirman inte har någon annan skyldighet än att leverera varorna mellan punkt A och B samt tillse att det är rätt person som mottar varorna. Det är alltså IKEA i avtalssituationen som får säkra att kunden är myndig.

Varken i Norge, Sverige eller Danmark frågar IKEA efter om kunden är myndig eller inte. Kunden skall heller inte fylla i något personnummer vid beställandet. Detta leder till att IKEA vid ett kontraktsingående med en omyndig aldrig kan hävda att den omyndige har vilselett IKEA genom att exempelvis ha uppgivit felaktig ålder. Detta leder till att den omyndiga inte kan belastas för att ersätta IKEA med det negativa kontraktsintresset som i IKEAs fall exempelvis kan bestå i fraktkostnaden.

## **Anbud/accept/utbud**

För att avtal skall komma till stånd skall det råda en överensstämmande partsvilja. Som utgångspunkt startar avtalsprocessen med ett anbud, dvs att ena parten avger en riktad viljeförklaring till att binda sig avtalsmässigt med sin motpart. Motparten kan välja att acceptera viljeförklaringen genom en accept och därmed uppstår det ett tillitsförhållande mellan parterna vilket är ett grundläggande kriterium för avtalslagens uppbyggnad. En hemsida på Internet som IKEAs är däremot som utgångspunkt inte tillräckligt riktad för att man skall kunna tala om ett anbud utan en hemsida som denna klassificeras som ett utbud. Med detta menas att IKEAs Internetsida inte vänder sig till någon bestämd person eller målgrupp utan det som presenteras är allmän sortimentsinformation med tillhörande priser. Det avgörande för om det skall anses vara ett utbud eller ett anbud har sin grund i på vilket sätt den som läser texten uppfattar dess innehåll.<sup>17</sup> Detta framgår av 9§ AvtL samt 9§ Aftaleloven att den som avger ett anbud och som inte vill uppfylla

---

<sup>17</sup> Hultmark "Elektronisk handel" (1998) sid 52



avtalet skall ta motparten ur sin villfarelse och förklara att det inte har kommit något avtal till stånd för att det har varit frågan om ett utbud, för att inte själv bli bunden.<sup>18</sup>

Det som kunden får först av allt när de går in på IKEAs websida är ett utbud som riktar sig till allmänheten. För att ett avtal skall komma till stånd skall alltså kunden sända in ett anbud om villigheten att köpa en eller flera bestämda varor. IKEA kan välja att acceptera kundens anbud och sända tillbaka en accept på att ett avtal om det specifika köpet har kommit till stånd. IKEA har valt att beskriva i sina villkor att det kan ta upp till 24 timmar innan köparen får en bekräftelse (accept) på att avtal har kommit till stånd.

Det finns alltså två olika utgångspunkter när avtal anses ha kommit till stånd. Den första utgångspunkten är att IKEAs hemsida uppfattas som ett tillbud (anbud) och kunden accepterar detta anbud genom att genomföra en beställning vilket direkt resulterar i att ett avtal har kommit till stånd. Det andra alternativet är att IKEAs hemsida uppfattas som ett utbud vars konsekvens har att kunden skall avge en vilja (anbud) att beställa en vara och detta accepteras av IKEA genom en eller annan form av bekräftelse. IKEA kan enligt alternativ två alltså välja att inte ingå avtal om det är så att de exempelvis inte har tillgång till de varor som kunden önskar.

I dansk juridisk litteratur beskrivs beställningsinformation i reklam, annonser, kataloger och liknande som utbud vilket för med sig att det är kunden som skall avge ett anbud som senare skall bekräftas för att ett avtal skall komma till stånd. Omvänt har man i Danmark den uppfattningen att de varor som presenteras i skyltfönster skall likställas med ett anbud, vilket leder till att kunden genom att direkt acceptera köpet har ingått ett avtal.<sup>19</sup>

Marknadsföringsuppgifter, sk utbud, ger normalt inte upphov till någon svarsplikt. Det danska avgörandet skiljer sig ifrån den norska samt svenska rättspraxisen eftersom det ovan givna rättsfallet visar att varor som presenteras i skyltfönster kan likställas med ett anbud. I den danska, svenska och norska avtalslagen öppnas möjligheten för att IKEA tydligt beskriver för kunderna att presentationen av varor, priser etc sker utan förbindelse från IKEAs sida.<sup>20</sup> Om IKEA inte är intresserade av att ingå avtal gällande en speciell produkt så gäller det för IKEA utan oskäligt uppehåll att ge kunden information om att avtal inte har uppkommit för att vara på den säkra sidan. Konsekvensen av att IKEA skulle skriva att presentationen på Internetsidan sker utan förbindelse är att IKEA inte blir bundna av avtalet förrän kunden får en bekräftelse från IKEA.

---

<sup>18</sup> Lovbekendtgørelse 1996-08-26 nr 781 9§.

<sup>19</sup> U1985.877H.

<sup>20</sup> Aftalslagen 9§ (Sv), Avtaleloven 9§ (No) samt Aftaleloven 9§ (Dk)

Nordiskt ministerråd beskriver den här situationen i en av sina skrifter som att den näringsdrivande har möjlighet för att på ett tydligt sätt presentera för kunderna att den information som framträder på hemsidan endast är en uppfordring till kunderna att avge anbud och att avtal ej kommer till stånd förrän näringsidkaren bekräftar avtalet. För att detta skall bli gällande är det viktigt att denna information framträder tydligt för kunden så att det inte kan misstolkas att det är frågan om ett utbud.<sup>21</sup>

### **Vilken information skall kunden erhålla på IKEAs försäljningssidor?**

Under de senaste åren har Internethandeln vuxit lavinartat. Detta har medfört att den lagstiftning som finns på området inte har följt med i utvecklingen. På EU-nivå har man försökt att harmonisera de nationella lagstiftningarna med flera olika direktiv som har mer eller mindre anknytning till distanshandel. Ett par av dessa skall redogöras för under detta avsnitt och då gällande vilken information som IKEAs hemsida skall innehålla.

---

<sup>21</sup> Nordisk ministerråd, "Shopping på Internettet, Forbruger/Konsument" sid 68ff.

### **Direktiv 97/7/EG om konsumentskydd vid distansavtal**

Det första direktivet som direkt berör distanshandel är från 1997 och behandlar konsumentskydd vid distanshandel.<sup>22</sup> Detta direktiv är implementerat både i Sverige, Danmark och i Norge.<sup>23</sup> Det skall nämnas att Norge inte är med i EU varför direktivet har blivit implementerat genom det Ekonomiska Europeiska Samarbetsområdet (EES).<sup>24</sup> Den norska lagen träder först ikraft 01.05.2001. Den förhandsinformation som IKEA skall tillhandahålla framgår av artikel 4 i direktivet.

”1. I god tid innan ett distansavtal ingås skall konsumenten få information om följande:

- a) Leverantörens identitet, och när det gäller avtal där förskottsbetalning krävs, dennes adress.
- b) Varans eller tjänstens väsentliga egenskaper.
- c) Varans eller tjänstens pris inbegripet alla skatter.
- d) Eventuella leveranskostnader
- e) Sättet för betalning leverans eller fullgörande.
- f) Ångerrätt utom i de fall som avses i artikel 6.3.
- g) Kostnaden för att använda tekniker för distanskommunikation, när kostnaden inte är beräknad efter normaltaxa.
- h) Den tid under vilken erbjudandet eller priset gäller.
- i) I tillämpliga fall, avtalets minsta löptid när det gäller avtal för leverans av varor eller utförande av tjänster som fullgörs ständigt eller regelbundet.

2. Den information som anges i punkt 1 och vars kommersiella syfte klart skall framgå, skall ges på ett klart och begripligt sätt i någon form som är lämplig för den teknik för distanskommunikation som används, under särskilt hänsynstagande till principerna om god sed i affärstransaktioner och om skydd för personer som enligt den nationella lagstiftningen inte kan ge ett skriftligt samtycke, exempelvis underåriga.”<sup>25</sup>

Informationen skall lämnas i ”god tid” samt språkval

Vad som avses med att informationen i artikel 4 skall lämnas i god tid före avtalsslutet är inte närmare definierat i preambeln till direktivet. Enligt den svenska propositionen till lagen om distansavtal syftar denna del till att ge kunden möjlighet att få rimlig tid till att ta del av informationen och att läsa villkoren.<sup>26</sup>

IKEAs information är stationär på hemsidan vilket gör att konsumenten när som helst kan tillgodogöra sig den information han eller hon vill. Detta gör att IKEA anses fullgöra inledningen till artikel 4 om att lämna informationen i god tid.

---

<sup>22</sup> Direktiv 97/7/EG

<sup>23</sup> I Danmark genom lov nr 442 af 31/05/2000, Sverige genom lag (2000:274) om konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal och i Norge genom Lov 2000-12-21.

<sup>24</sup> EES kommittén vedtog beslutet om att införliva direktiv 97/7 den 6 mars 1998 genom att ändra Bilag 14 att också omfatta direktiv 97/7. Direktivet är införlivat genom St. Prop. Nr. 47 (1997-98).

<sup>25</sup> Direktiv 97/7/EG art.4. Punkt 3 i artikel 4 berör telefonkommunikation vilket inte behandlas i denna uppsats varför den inte berörs ovan, annars är artikel 4 med i dess helhet.

<sup>26</sup> Prop. 1999/2000:89

Vilket språk som informationen skall lämnas på är inte reglerat i direktivet mer än att det i preambeln beskrivs att vilka språk som skall användas i samband med distansavtal är en fråga för medlemsstaterna.<sup>27</sup> IKEA kommer att använda det nationella språket där hemsidan presenteras, i detta fall svenska, norska och danska, vilket också ligger i linje med att man enbart kan beställa varor inom Internetsidans lands gränser. I den norska lagen framgår det att där marknadsföringen eller avtalet är direkt riktat till norska konsumenter skall upplysningarna också ges på norska.<sup>28</sup>

### Leverantörens identitet

Den första punkten a) berör leverantörens identitet. Detta framgår klart och tydligt på IKEAs Internetsida varvid detta inte kommer att vålla några problem. Betalningen kommer inte att ske via förskott (utom i vissa fall i Norge).

Implementeringen av detta direktiv i Sverige, Norge och Danmark har gått längre än direktivet på denna punkt genom att lagstiftarna vid varje tillfälle kräver att leverantören skall uppge sitt namn och adress. Det danska förslaget till den senare lagen kommenterar leverantörens adress som att denna inte behöver att vara en fysisk adress förutom om det ingås ett avtal.<sup>29</sup>

IKEA har en tydlig logotype presenterad på varje sida som kunden besöker vilket gör att de uppfyller kravet om identitet. IKEA i Sverige, Norge och Danmark presenterar också de nationella varuhusen med namn, adress och telefonnummer. Det är en speciell sida man kan klicka in på och där ta del av behövlig information.

### Varans väsentliga egenskaper

Vad gäller varans väsentliga egenskaper under punkten b) så anger IKEA i anknytning till alla varor dels en produktbeskrivning men också en bruksanvisning vad gäller rengöring av produkterna.

Preambeln till direktivet säger ingenting om vad som skall vara uppfyllt för att IKEA skall ha tillgodosett konsumenten med beskrivning av varans väsentliga egenskaper. I den svenska propositionen framgår det att hur omfattande informationen måste vara beror på

---

<sup>27</sup> Preambeln till direktiv 97/7/EG stycke 8.

<sup>28</sup> Lov 2000-12-21 9§ 3st.

<sup>29</sup> Forslag L 213, kommentar til 11§ sid 49.

vad det är för en typ av vara eller tjänst.<sup>30</sup> I den norska propositionen beskrivs också att de upplysningar som konsumenten får skall vara till för att konsumenten skall kunna skapa sig ett intryck av produkten så att man till så stor del som möjligt undgår att konsumenten skall behöva returnera varan för att det var något annat än han hade förväntat sig.<sup>31</sup> Det danska förslaget hänvisar däremot till den danska marknadsföringslagen som beskriver att det alltefter föremålets art skall ges en försvarlig vägledning för bedömningen av föremålets karaktär eller egenskaper, härunder särskilt användningsegenskaper, hållbarhet, farlighet samt underhållningsmöjligheter.<sup>32</sup>

Produktbeskrivningen innehåller det material som produkten är tillverkad av, färg osv. Däremot så saknas måtten på en del produkter. Detta gör det svårt för kunden att uppskatta produktens storlek. Det kan tänkas att måtten kan vara en del av en produkts väsentliga egenskap och i sådant fall har IKEA ej, uppfyllt informationskravet på denna punkt.

#### Varans pris, leveranskostnader samt sättet för betalningen

Under punkten c) så skall varans pris inbegripet alla skatter framgå. Priset beskrivs inklusive moms vilket medför att IKEA uppfyller kravet om prisinformationen.

Leveranskostnaderna enligt punkt d) betalas efter vikt. Priset varierar allteftersom det är möjligt att sända varorna med post eller om de är lite tyngre, med bil. Därefter varierar priset givetvis alltefter hur långt varorna skall levereras. Både Sverige, Norge och Danmark är indelat i geografiska zoner med sitt egna pris. Dessa zoner blir först aktuella om varorna skall levereras med bil. Efter att kunden har bestämt sig för vilka varor som skall beställas så presenteras den samlade fraktkostnaden automatiskt innan köpet fullbordas. Kunden har också innan beställningen möjlighet för att själv räkna ut den samlade fraktkostnaden eftersom fraktpriserna presenteras under villkoren indelade efter geografiska zoner samt vikt.

Sättet för betalning enligt punkt e) kan fullgöras på tre olika sätt nämligen:

- Kontant vid leverans
- Kreditkort (VISA, Mastercard, Dankort(bara i Danmark))
- IKEA-kortet

Eller för firmakunder:

- Faktura (30 dagars löptid)

---

<sup>30</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 84.

<sup>31</sup> BFD-OT.prp. nr.36 (1999-2000) sid 37

<sup>32</sup> Makedsföringslovens 3§.

- Kreditkort (VISA, Mastercard, IKEA företagskort)
- IKEA-kortet

Betalningen sker oftast efter det att leveransen är fullgjord antingen via posten, direkt till fraktmannen beroende på varans vikt eller efter att kredittiden har löpt ut om man har firmakort eller ett fakturavtal. I Norge har man det undantaget att de kunder som bor i en speciell zon skall betala innan leveransen. Kunderna har också möjligheten att själv gå in och kontrollera hur stor deras fraktkostnad kommer att bli innan de fullgör beställningen.

Det danska förslaget till lagen föreskriver också att kunden skall informeras om särskilda leveranskostnader som exempelvis postförsändelser när dessa skall betalas av konsumenten.<sup>33</sup>

I den norska lagen liksom den svenska och danska krävs att leverantören uppger sin adress.<sup>34</sup> Det är alltså en utvidgning av direktivets artikel 4:1 som säger att leverantören endast behöver att uppge sin adress om det krävs förskottsbetalning av konsumenterna.

Preambeln föreskriver att det även är nödvändigt att föreskriva en frist för fullgörandet av avtalet om en sådan inte har bestämts vid beställningen<sup>35</sup>.

I Danmark, Sverige och Norge varierar tiden för leverans från cirka en vecka i Danmark, cirka två veckor i Sverige till två till tre veckor i Norge. Efter att kunden har beställt sina varor kontaktar IKEA kunden för att bestämma leveranstidpunkten närmare. Denna kontakt med kunden genomförs inom 24 timmar efter beställningen.

## Ångerrätten samt under vilket tid erbjudandet gäller

Ångerrätt enligt punkt f) framgår av de villkor som finns presenterade på försäljningssidan. Kunden måste själv gå in under villkoren för att få information om ångerrätten via en länk. Kunden skall inte heller bekräfta att han har tagit del av

<sup>33</sup> Forslag L 213, kommentar til 11§ sid 50.

<sup>34</sup> Se 7§ pkt e) i lov 2000-12-21 nr. 105, Lov nr 442 af 31/5 2000 11 samt SFS 2000:274 9§.

<sup>35</sup> Preambeln till direktiv 97/7/EG stycke 15.

ångerrätten under köpet. Vid utnyttjande av ångerrätten skall kunden hänvända sig till IKEAs kundservice för att annullera ordern. Utöver att annullera ordern framgår det i villkoren att kunden kan lämna varan i retur inom 30 dagar såtillvida att produkten är oanvänd samt att kunden kan framvisa ett kvitto för produkten. Annullering samt returrätt framgår av både de danska och svenska villkoren. Av dessa villkor framgår det också att det är kunden som betalar kostnaden för returförsändelsen och inte IKEA.

I den svenska propositionen skrivs det också att kunden bör få information om vem som skall svara för kostnaden för återsändandet av en vara.<sup>36</sup>

I Norge saknas information på Internetsidan om innehållet i ångerrätten och det enda som framgår är att om kunden är missnöjd så är det bara att returnera varan. Norge saknar alltså information om hur länge ångerrätten gäller samt vem som betalar returfrakten. IKEA Norge skall givetvis betala returfrakten enligt den norska lagen samt ge kunderna en returrätt på minst 7 arbetsdagar. Det föreligger givetvis så att de kunder som beställer varor via Internet får samma 30 dagars returrätt som kunderna som besöker varuhuset.

Konklusionen är att både Sverige, Norge och Danmark upplyser kunden om att det existerar en ångerrätt. IKEA i Norge bör lägga till uppgifter angående ångerfristens längd samt vem som betalar returfrakten för att uppfylla informationskravet.

Hänvisningen under f) till artikel 6.3 berör ej den försäljning som IKEA tillhandahåller. Undantaget fråntar kundens ångerrätt vid påbörjade tjänster, varor eller tjänster som beror på fluktuationer på finansmarknaden som leverantören inte kan kontrollera, varor som tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som på grund av sin beskaffenhet inte kan återlämnas eller som snabbt kan försämrats eller bli för gamla, tillhandahållande av ljud, bildinspelningar eller datorprogram, tillhandahållande av tidningar och tidsskrifter samt tips och lotteritjänster.

Av punkt h) framgår att IKEA skall beskriva under vilken tid erbjudandet eller priset gäller. Detta framgår också av de svenska villkoren att priserna garanterat gäller ett år från det att katalogen kommer ut, men ej av de norska eller danska. Det beskrivs i alla lagtexter efter direktivets implementeringen att den tid under vilket erbjudandet gäller skall framgå.<sup>37</sup> Detta gör att varken Danmark eller Norge uppfyller denna del av avtalet. Det skall återigen nämnas att Norges lag om distansavtal först träder ikraft 01-05-2001.

I det danska förslaget till lag skrivs att det skall upplysas ”hur länge

---

<sup>36</sup> Prop. 1999/2000:89 sid.84

<sup>37</sup> Se 9§ SFS 2000:74, 11§ Lov nr 442 af 31/5 2000 samt 7§ Lov 2000-12-21 nr. 105

upplysningsmaterialet gäller, dvs. Om varan eller tjänsten utbjuds i en bestämd period eller t.ex. >så länge lagret räcker<. Bestämmelsen reglerar inte den generella frågan om, marknadsföringsmaterial ur avtalsrättslig grund har karaktär av ett anbud eller en uppmaning till att avge anbud.”<sup>38</sup> (Min översättning). Det beskrivs alltså inte i det danska förslaget om man skall karaktärisera en försäljningssida på Internet som ett skyltfönster i en butik där kunden kan lita på de priser som sitter fastklistrade på produkten och behandla informationen som ett anbud att ingå avtal eller om en Internetsida skall ses som ett utbud där i detta fall IKEA inte är bundet av exempelvis felskrivna priser.

Enligt punkt 2 under artikel 4 så skall den information som står som krav under punkten 1 ges på ett klart och begripligt sätt och i en form som är lämplig för distanskommunikation samt med hänsyn till god affärssed. I den svenska propositionen beskrivs ordet ”klart” som att konsumenten inte skall ha några problem med att ta del av informationen. Med begripligt menas att konsumenten heller inte skall ha svårigheter med att förstå informationen. Kravet på klarhet och begriplighet skulle enligt propositionen kunna innebära att informationen skall återges på svenska.<sup>39</sup> Syftet med regeln framgår av den svenska såväl som norska propositionen, att konsumenten skall kunna dra nytta av de aktuella upplysningarna.<sup>40</sup>

Under punkten 2 framgår det också att man skall skydda de personer som inte kan ge ett giltigt samtycke, exempelvis underåriga. Den svenska propositionen beskriver detta som att näringsidkaren skall ta särskild hänsyn till behovet av skydd för underåriga. Informationen skall alltså anpassas till att den som är under 18 år är omyndig och normalt sett inte själv får råda över sin egendom eller åta sig förbindelser. I kravet ligger också att särskild hänsyn skall tas till att underåriga kan antas vara mindre kritiska, inte minst vid distansavtal. En konsekvens av bestämmelsen bör vara att ”marknadsföring som syftar till distansavtal med underåriga skall vara måttfull och inte förledande eller överdrivet frestande.”<sup>41</sup>

IKEAs information upplevs enligt mitt tycke inte som särskilt förledande eller överdrivet frestande. Informationen är måttfull eftersom det är möbler som presenteras utan en massa extra information vid sidan av produkten förutom det som är allra mest nödvändigt. Som tidigare beskrivet under ”Rättshandlingsförmåga” är det än en gång viktigt att påpeka att avtal med underåriga fortfarande kan vara ogiltigt ur det perspektivet att den underårige faktiskt inte har rätt att ingå avtal hur måttfull, inte överdrivet frestande eller förledande som informationen än är.

---

<sup>38</sup> Forslag L 213, kommentar til 11§ sid 51.

<sup>39</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 85.

<sup>40</sup> BFD-Ot.prp nr.36 (1999-2000) sid 15

<sup>41</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 85 5st.



Den norska propositionen är ganska tyst på denna punkt och kommenterar enbart att marknadsföringen skall ta särskild hänsyn till beskyddandet av minderåriga medan den danska propositionen har stor likhet med den svenska propositionen, och menar att det skall tas särskild hänsyn till att barn tar del av marknadsföringen eftersom barn och unga är lättpåverkade, saknar erfarenhet samt kritisk förmåga.<sup>42</sup>

---

<sup>42</sup> BFD-Ot.prp nr.36 (1999-2000) sid 15 samt Forslag L 213 til §11 sid 51.

## Varaktig bekräftelse av informationen

Konsumenten skall som utgångspunkt ha en eller annan form för bekräftelse på det avtal som vederbörande har ingått. Detta beskrivs i direktivet 97/7 (Konsumentskydd vid distansavtal), artikel 5.

”Konsumenten skall på ett tidigt stadium i samband med fullgörandet av avtalet och, såvitt avser varor som inte är avsedda att levereras till tredje man, senast vid leveranstillfället få skriftlig bekräftelse i annan varaktig form som är tillgänglig för honom på den information som nämns i artikel 4.1 a-f, om inte denna information redan innan avtalet ingicks har lämnats honom skriftligen eller i annan varaktig form som är tillgänglig för honom.

Under alla omständigheter måste följande information ges:

- Skriftlig information om villkoren och förfarandet för att utnyttja ångerrätten enligt artikel 6, inbegripet i de fall som avses i artikel 6.3 första strecksatsen.
- Den geografiska adress till leverantörens företag som konsumenten kan vända sig till för reklamation.
- Information om service efter köpet och om existerande garantier.”<sup>43</sup>

Den svenska lagstiftaren beskriver detta som att konsumenten skall ha en bekräftelse innehållande leverantörens namn, adress, varans huvudsakliga egenskaper, varans pris inbegripet skatter och avgifter, leveranskostnader samt sättet för betalning och leverans.<sup>44</sup> Utöver detta skall konsumenten ha tillgång till vilka regler som gäller för ångerrätt samt namn och adress till någon som ångerrätten kan utövas mot, gatuadress dit konsumenten kan framställa klagomål, förekommande garantier och service.

Konsumenten skall ha denna information senast vid leveransen. Det beskrivs i den svenska propositionen liksom i direktivet att informationen skall ges i en varaktig form. Lämnar leverantören informationen via E-mail så uppfyller det kravet om varaktighet enligt den svenska propositionen. Det är också utgångspunkten att det är IKEA som har bevisbördan för att konsumenten har mottagit denna information.<sup>45</sup> Ur den norska propositionen framgår det också att det inte är tillräckligt att hänvisa till villkoren som finns på säljarens hemsida. I Norge liksom i Sverige är det tillräckligt att sända villkoren via E-mail.

Det som IKEA gör är att kunden får en bekräftelse av beställningen med kundens ordernummer senast 24 timmar efter det att kunden har beställt varan eller varorna. Orderbekräftelsen sänds via E-mail varvid kriteriet om varaktig form är uppfyllt vad

---

<sup>43</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 5.

<sup>44</sup> 10§ SFS 2000:274

<sup>45</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 86f.

gäller bekräftelsen.

Däremot saknas en del av den information som IKEA skall ge till kunderna vid bekräftelsen. Den danska bekräftelsen innehåller exempelvis inte varans huvudsakliga egenskaper, ångerrätt, ej klart och tydligt vart konsumenten skall hänvända sig till angående ångerrätt eller klagomål och heller inget om garantier eller service vilket innebär att de konsumenterna som nu handlar på IKEA Danmarks hemsida faktiskt har 3 månaders ångerfrist.<sup>46</sup> IKEA i detta fall kan sätta igång den 14 dagar långa fristen innanför tremånadersfristen (som är huvudregeln) genom att upplysa konsumenten om den föreskrivna informationen.<sup>47</sup> Den danska lagen är alltså inte lika hård på denna punkt som den svenska och norska som faktiskt föreskriver en ångerrätt på ett år om leverantören inte delger kunden reglerna om ångerrätt på ett varaktigt sätt.<sup>48</sup> Att kunden skall få ångerrätten tillgänglig på ett varaktigt sätt (det är inte tillräckligt att hänvisa till villkoren) skall inte sammanblandas med den information som IKEA skall presentera på Internetsidan gällande ångerrätt där enligt min bedömning alla länder uppfyller lagstiftarens krav (IKEA Norge skall lägga till viss information). För IKEAs del räcker det att tillföra reglerna om ångerrätt på den bekräftelse som kunden får via E-mail, på de beställda varorna, i samband med köpet för att uppfylla informationskravet på ett varaktigt sätt.

### ***Påföljder vid utebliven information***

Om det är så att IKEA inte uppfyller lagstiftarens krav om informationsskyldighet så skall det enligt svensk lag bedömas utifrån marknadsföringslagen.<sup>49</sup> Hänvisningen till marknadsföringslagen innebär att IKEA kan åläggas att lämna den information som saknas. Ett sådant åläggande skall förenas med ett vite om det inte av särskilda skäl är obehövligt. En näringsidkare som uppsåtligen eller av oaksamhet bryter mot ett åläggande skall ersätta den skada som i detta fall kunden har drabbats av. En talan om åläggande för näringsidkaren att lämna denna typ av information väcks vid marknadsdomstolen av bl.a. konsumentombudsmannen. I fall som inte är av större vikt får Konsumentombudsmannen meddela ett informationsföreläggande.<sup>50</sup> Utelämnad information i Norge och Danmark bedöms också enligt respektive lands marknadsföringslag.<sup>51</sup> Trots att IKEA bryter mot marknadsföringslagens regler tror jag att risken för ett eventuellt åläggande är ganska liten. Skulle IKEA få ett åläggande kommer åläggandet mycket snabbt att efterlevas eftersom IKEA inte har något annat

---

<sup>46</sup> Jmfr 12a§ 1-2st. Lov nr 442 af 31/5/2000.

<sup>47</sup> Forslag L 213 til 12a§ sid 54

<sup>48</sup> Jmfr 18§ samt 16§ i norska och svenska lagen.

<sup>49</sup> 1995:450

<sup>50</sup> Prop. 1999/2000:89 sid. 89.

<sup>51</sup> Se vidare 18-22§ i Lovbekendtgørelse 1999-07-01 nr 545 samt Markedsføringsloven (Norge) 16-18§§.

intresse än att följa lagen samt att tillgodose kunderna med relevant information.

## Ångerrätt

Den konsument eller i detta fall kund som ångrar sitt köp skall som ovan nämnt hänvända sig till IKEAs kundservice för att annullera ordern. Utöver att annullera ordern framgår det i villkoren att kunden kan lämna varan i retur inom 30 dagar såtillvida att produkten är oanvänd samt att kunden kan framvisa ett kvitto för produkten.

I preambeln till distanavtalsdirektivet 97/7 föreskrivs det att för att en regel om ångerrätt inte endast skall vara formell måste konsumentens kostnader, om det finns några sådana, begränsas till de direkta kostnaderna för att skicka tillbaka varan.<sup>52</sup> Direktivet beskriver i artikel 6 att konsumenten skall ha minst sju arbetsdagar på sig att frånträda avtalet, utan påföljd och utan att ange några skäl.<sup>53</sup> Den svenska, danska samt norska implementeringen av direktivet går här längre genom att föreskriva en 14-dagars returrätt. Den svenska implementeringen har som tillägg till 14 dagars returrätt, minst 7 arbetsdagar.<sup>54</sup> I artikel 6 i direktivet beskrivs också liksom i preambeln att den enda kostnaden som får påföras konsumenten är den direkta kostnaden för att skicka tillbaka varan.

IKEA kommer inte heller att debitera kunden för något annat än den direkta kostnaden för att sända tillbaka varan. Den returrätt som IKEA erbjuder sina kunder är unik då den erbjuder alla kunder (även näringsidkare) 30 dagars ångerrätt. Det är till och med så att IKEA ofta tar emot produkter i retur som faktiskt använts samt även då kunden saknar kvittering för inköpet. IKEA har alltså en mycket generös kundpolitik i förhållande till många andra företag inom detaljhandeln.

Ångerfristen börjar att löpa från och med den dag då konsumenten mottar varan, när informationsskyldigheten i artikel 5 har uppfyllts.<sup>55</sup> Om IKEA inte uppfyller de krav om information som beskrivs i artikel 5 så är fristen för att lämna tillbaka varorna tre månader<sup>56</sup>.

Enligt den svenska implementeringen av direktivet kan ångerfristen gälla upp till ett år

---

<sup>52</sup> Preambeln till direktiv 97/7/EG stycke 14.

<sup>53</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 6.

<sup>54</sup> SFS 2000:274 13§ (Sverige), Lov nr 442 af 31/05/2000 (Danmark), Lov 2000-12-21 nr 105 (Norge).

<sup>55</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 6 2st.

<sup>56</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 6 3st.

om inte IKEA på ett varaktigt sätt delger sina kunder att ångerrätten gäller enligt lagen om konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal samt namn och adress till någon som ångerrätten kan utövas mot. Har IKEA tagit med hänvisningen till lagen, samt namn och adress till någon som ångerrätten kan utövas mot men inte gatuadress dit konsumenten kan framställa klagomål, eller förekommande garantier och service så är det fortfarande 3 månaders fristen som gäller.<sup>57</sup> Det är tillräckligt att sända den relevanta informationen via E-mail för att kriteriet varaktigt skall vara uppfyllt.

Enligt den norska implementeringen så gäller ångerrätten i ett år om konsumenten inte på ett varaktigt sätt får information om villkoren och framgångssättet för, samt verkningarna av att utnyttja ångerrätten. Får den norska konsumenten information om ångerrätt men inte varans eller tjänstens väsentligaste egenskaper, totala kostnaden, väsentliga avtalsvillkor, säljarens namn samt tidsrummet som priset eller tillbudet gäller under på ett varaktigt sätt så gäller tre månaders ångerrätt.<sup>58</sup>

Enligt dansk rätt skall konsumenten på ett varaktigt sätt få information om IKEAs fysiska adress dit man kan hänvända sig för reklamationer, garantier, service, bruksanvisning samt tydliga upplysningar angående ångerrätten. Om inte konsumenten får den informationen på ett varaktigt sätt så gäller en tre månader lång ångerfrist annars gäller 14 dagars ångerfrist.<sup>59</sup>

Som tidigare nämnt så saknas informationen om ångerrätt, garantier, service etc i den danska bekräftelsen som sänds via E-mail.

Om kunden utövar sin ångerrätt så skall IKEA kostnadsfritt betala tillbaka de belopp som kunden har betalat snarast möjligt och i varje fall inom 30 dagar (kalenderdagar). Den enda kostnad som får påföras kunden är som tidigare nämnts kostnaden för att skicka tillbaka varan.<sup>60</sup>

IKEA har inte någon intern reglering vad avser återbetalningen till kunderna inom ett visst tidsperspektiv men 30 dagar efterlevs. Om IKEA inte efterlever återbetalningsfristen så kan IKEA riskera att bli skadeståndskyldiga till kunderna. En konsekvens av detta skulle kunna vara att IKEA blir tvungen att betala ränta för den mellanperiod ifrån det att konsumenten betalar varan tills det att han utövar sin ångerrätt. Den gällande räntan enligt svensk rätt är i ett sådant fall gällande diskonto med tillägg av 2 procentenheter.<sup>61</sup> Detsamma gäller i Norge. Där skall leverantören ersätta kunden enligt 65§ i den norska konsumentköplagen som hänvisar till räntelagen. Den norska inkassoräntan fastställs av den norska staten genom inkassoforskriften kap 2.<sup>62</sup>

<sup>57</sup> Se vidare SFS 2000:274 16§ samt 10§, Lov nr 442 §12-12c, samt Lov 2000-12-21 nr 105, 11§.

<sup>58</sup> Lov 2000-12-21 nr 105 7§, 9§ samt 11§.

<sup>59</sup> Lov nr 442 af 31/05/2000 14§.

<sup>60</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 6:2

<sup>61</sup> Konsumentköplagen 44§ 2st samt Räntelagen (1975:635) 2§ och 5§.

<sup>62</sup> Lov om kjøp 13 mai.Nr 27. 1988, 65§ samt Lov om renter ved forsinket betaling mm. 17 des.

Det kan inte i detta sammanhang ges något exakt belopp för ränteutbetalningar enligt den norska lagen eftersom dessa varierar utifrån den specifika situationen.<sup>63</sup> De danska reglerna ser inte annorlunda ut varvid köparen har rätt till ränta enligt 57§ købeloven. Den danska räntan är bestämd till diskonto med ett tillägg av 6 procentenheter.<sup>64</sup>

I de danska och svenska villkoren har man gjort undantag i ångerrätten för specialframställda varor. De svenska villkoren gör undantag för måttbeställda varor (tyger) medan de danska går ännu längre och har dessutom undantagit målning (färg), glas och porslin. I IKEA Norge har man valt att inte leverera denna typ av varor.

Av direktivet framgår att tillhandahållande av varor som har tillverkats enligt konsumentens anvisningar eller som har fått en tydlig personlig prägel eller som på grund av sin beskaffenhet inte kan återlämnas eller som snabbt kan försämrats eller bli för gamla leder till att konsumenten inte kan utöva ångerrätten om inte parterna har kommit överens om annat.<sup>65</sup> Enligt den svenska propositionen är exemplet på varor som kan bli för gamla eller snabbt försämrats livsmedel.<sup>66</sup> Det nämns inte i den svenska lagen något om att varor som fått en tydlig personlig prägel skulle undantagas från ångerrätten med mer än att tiden för konsumentens blir något mer inskränkt än annars när vissa krav är uppfyllda såsom skriftlig bekräftelse på att ångerfristen löper annorlunda. Exemplet på tydlig personlig prägel är här att näringsidkaren har beställt adresslappar med konsumentens namn och adress på.<sup>67</sup> Vidare framgår det av den svenska propositionen, att gäller det t ex persienner som ingår i näringsidkarens vanliga sortiment kan dessa inte anses specialtillverkade endast därför att de anpassats till den plats där de skall sitta.<sup>68</sup> ”Särregeln gäller avtal om en vara som har tillverkats eller väsentligt ändrats efter konsumentens särskilda önskemål. Det skall alltså vara fråga om en vara som näringsidkaren normalt inte har i sitt sortiment. Det måste ställas ganska höga krav på avvikelser från det normala sortimentet.”<sup>69</sup> Danmark och Norge har en liknande bestämmelse vad gäller varor tillverkade speciellt efter konsumentens anvisningar. Här liksom i den svenska lagen är det ångerfristen som ändras.<sup>70</sup>

IKEA Sveriges undantag avseende måttbeställda varor ser alltså ut till att stå i motstridighet till den svenska lagen om man jämför med den svenska propositionen som inte undantar persienner som anpassats kundens behov.

---

Nr100.1976.

<sup>63</sup> Se vidare Inkassoforskrift 1989-07-14 nr 562.

<sup>64</sup> Rentelov, Lovbekendtgørelse 1986-09-01 nr 583 5§ (räntelagen) samt Køblov, lovbekendtgørelse 1980-01-21 nr 28.

<sup>65</sup> Direktiv 97/7/EG artikel 6 3pkt 3st.

<sup>66</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 90.

<sup>67</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 92.

<sup>68</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 92

<sup>69</sup> Prop. 1999/2000:89 sid 92

<sup>70</sup> Se vidare 12§ 2st Lov nr.442 samt Lov nr.105 16§.

Det är också tveksamt om det danska undantaget i IKEAs villkor för målning, glas och färg är i enlighet med direktivets beskrivning av personlig prägel eftersom IKEA har dessa produkter i sitt sortiment.

Om det är fel på produkten har givetvis kunden rätt till att reklamera varan.

### ***Fullgörande***

IKEA Sverige har 30 dagar på sig att fullgöra avtalet med kunden. Lyckas inte IKEA med det så har kunden möjlighet att häva avtalet och IKEA skall därmed återbära vad kunden eventuellt har betalat inom 30 dagar.<sup>71</sup> Detsamma gäller i Norge och Danmark.<sup>72</sup> I 99% av fallen levererar IKEA inom 30 dagar varför detta inte blir eller är något stort problem. Oftast vill kunderna behålla beställningarna trots att det någon gång uppstår leveransproblem.

---

<sup>71</sup> SFS 2000:274 21§.

<sup>72</sup> Lov 2000-12-21 nr 105, 23§ samt Lov nr 422 31/5-2000, §12d

## Direktiv 2000/31/EG om elektronisk handel

### *Allmänt*

Den 8 februari år 2000 utfärdades ett nytt direktiv angående rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster och då särskilt elektronisk handel.<sup>73</sup> Medlemsstaterna har 18 månader på sig att implementera detta direktiv i nationell rätt.<sup>74</sup> Detta betyder att IKEA inte behöver att följa detta direktiv förrän det införlivas i nationell lagstiftning och därmed blir gällande rätt. Om det är så att medlemsstaterna inte implementerar direktivet under den föreskrivna 18-månaders perioden så kan ändå direktivet få rättsverkan men ej mellan fysiska eller juridiska personer utan endast mellan ett privat rättssubjekt och staten.<sup>75</sup>

Syftet med detta direktiv är enligt preambeln att skapa en rättslig ram för att säkerställa fri rörlighet för informationssamhällets tjänster mellan medlemsstaterna och inte att harmonisera det straffrättsliga området som sådant.<sup>76</sup> Detta direktiv är alltså inte till skillnad från direktiv 97/7 direkt riktat till gemenskapens konsumenter utan till den generella elektroniska handeln. Detta innebär inte att den skyddsnivå som framgår av direktiv 97/7 minskar utan detta direktiv kompletterar en rad mer specifika områden som har anknytning till området och däribland direktiv 97/7. Detta framgår av stycke 11 i preambeln.

I artikel 5 (beskrivs nedan) i detta direktiv framgår det att IKEA skall lämna viss allmän information till sina kunder när de besöker hemsidan för att eventuellt handla. Dessa uppgifter skall vara lätt tillgängliga i samband med att tjänsten tillhandahålls. En hypertextlänk i form av en ikon eller en logotype till en sida med dessa uppgifter, från varje sida, uppfyller villkoret att informationen skall vara lättillgänglig.<sup>77</sup>

---

<sup>73</sup> EG-direktiv 14263/99 (2000/31/EG)

<sup>74</sup> EG-direktiv 14263/99 (2000/31/EG) art.22 samt art.23

<sup>75</sup> Ett direktiv kan få rättsverkan genom den praxis som EG-domstolen har utvecklat. De krav som ställs är att tidsfristen för direktivet har löpt ut, det skall vara rättigheter av vertikal karaktär vilket innebär att det ger ett privat rättssubjekt rättigheter mot staten samt direktivet skall vara tillräckligt klart och precist. Läs mer i Europarättens grunder sid 55 av Ulf Bernitz.

<sup>76</sup> Preambelns stycke 8 i direktiv 2000/31/EG

<sup>77</sup> Kommissionens förslag till Europaparlamentets och rådets direktiv 98/0325(COD).



## Allmän information som skall lämnas enligt artikel 5 i direktiv 2000/31/EG

I artikel 5 framgår det att i detta fall kunderna samt berörda myndigheter enkelt direkt och stadigvarande skall ha tillgång till åtminstone följande information:

- a) Tjänsteleverantörens namn
- b) Den geografiska adress där tjänsteleverantören är etablerad
- c) Uppgifter om tjänsteleverantören, inbegripet hans e-postadress, vilket gör det möjligt för honom att snabbt bli kontaktad och nådd på ett direkt och effektivt sätt.
- d) Om tjänsteleverantören är registrerad i ett handelsregister eller liknande offentligt register, det register i vilket han är registrerad och hans registreringsnummer eller motsvarande identifieringsuppgifter i detta register.
- g) I de fall tjänsteleverantören bedriver mervärdesskattepliktig verksamhet, det identifieringsnummer som avses i artikel 22.1 i rådets sjätte direktiv (77/388/EEG) av den 17 maj 1977 om harmonisering av medlemsstaternas lagstiftning rörande omsättningsskatter-Gemensamt system för mervärdesskatt: enhetlig beräkningsgrund<sup>78</sup>

2 Förutom de övriga informationskrav som föreskrivs i gemenskapsrätten skall medlemsstaterna i de fall då informationssamhällets tjänster anger priser åtminstone säkerställa att dessa klart och otvetydigt anges och att det särskilt anges om de inbegriper skatt och leveranskostnader.<sup>79</sup>

## Tjänsteleverantörens identitet, geografiska adress samt e-postadress etc.

De krav som detta direktiv uttrycker skiljer sig inte speciellt mycket ifrån de krav som distansavtalsdirektivet 97/7 uppställer. Tjänsteleverantörens identitet skall också enligt distansavtalsdirektivet artikel 4 1.a) lämnas. Detta uppfyller som tidigare nämnt IKEA.

---

<sup>78</sup> EGT L 145,13.6.1977, s1.Direktivet senast ändrat genom direktiv 1999/85/EG(EGT L277, 28.10.99, s34).

<sup>79</sup> EG-direktiv 14263/99 (2000/31/EG) art.5. Punkt e) samt f) är inte återgivna då dessa ej berör IKEA.

Den geografiska adress där tjänsteleverantören är etablerad beskrivs också i distansavtalsdirektivet i artikel 4 1.a) med den skillnaden att IKEA inte enligt distansavtalsdirektivet skulle vara tvungen att utge sin geografiska adress om det inte gällde avtal om förskottsbetalning. Detta blir således ett krav i detta direktivet. IKEA skulle ändå ha varit tvunget att återge sin geografiska adress enligt distansavtalsdirektivet genom skriftlig bekräftelse av informationen på grund av konsumenternas eventuella reklamationer enligt artikel 5 2 st (se nedan).

Enligt detta direktiv skall IKEA lämna uppgifter som gör det möjligt för kunden att nå IKEAs inbegripet IKEAs e-postadress.

IKEAs e-postadress är inte en del av hemsidorna idag med mer än att kunden får ta del av e-postadressen genom den orderbekräftelse som sänds via Internet. Adressen är inte presenterad för sig själv men man har möjlighet att se avsändaradressen.

### Registrering i handelsregister samt mervärdesskattepliktiga identifieringsuppgifter

Vad gäller uppgifter om registrering i handelsregister samt identifieringsuppgifter om mervärdesskattepliktig verksamhet så presenteras detta ej på hemsidan idag. Detta medför inga problem ännu eftersom direktivet inte har någon rättskraft men IKEA skall givetvis uppge denna information innan implementeringstidens utgång. Det som blir aktuellt för IKEA att presentera är registreringsnummer för mervärdesskatt samt organisationsnummer eftersom IKEA är ett aktiebolag.

### Information om varans pris, skatter samt leveranskostnad

I kommissionens förslag till detta direktiv framgår det att de uppgifter som skall lämnas enligt denna punkt är nödvändiga för att skydda konsumenterna och tjänstens övriga avsändare och för att säkerställa att konkurrensen förblir lojal. Det står vidare att om priset anges i euro så är kravet uppfyllt.<sup>80</sup>

### Information som skall lämnas enligt artikel 6 i direktiv 2000/31/EG

I artikel 6 framgår det vidare vilken typ av information som IKEA skall tillhandahålla. "Förutom de övriga informationskrav som fastställs i gemenskapsrätten skall medlemsstaterna se till att kommersiella meddelanden som ingår i eller utgör någon av informationssamhällets tjänster åtminstone uppfyller följande villkor.

- a) Det kommersiella meddelandet skall vara klart identifierbart som sådant.
- b) Den fysiska eller juridiska person för vars räkning det kommersiella meddelandet sänds skall vara klart identifierbar.

---

<sup>80</sup> Förslag till Europaparlamentets och rådets direktiv 98/0325.

- c) Säljfrämmande erbjudanden, såsom rabatter, premier och gåvor, när sådana är tillåtna i den medlemsstat där tjänsteleverantören är etablerad, skall vara klart identifierbara som sådana, och villkoren för att utnyttja dem skall vara lätt tillgängliga och framställas klart och otvetydigt.”<sup>81</sup>

Av preambeln framgår att kommersiella meddelanden är en förutsättning för att finansiera informationssamhällets tjänster samt utveckling av nya gratistjänster. Det ligger i konsumenternas intresse att det ställs vissa krav på öppenhet i de kommersiella meddelandena.<sup>82</sup>

Det är också klart och tydligt att det är IKEA som står bakom det kommersiella meddelandet.

Än så länge erbjuder inte IKEA några speciella rabatter eller erbjudanden. Som tidigare nämnt så behandlas kunderna lika oavsett om det rör sig om konsumenter eller näringsidkare. Detta för att man vill hålla en så låg och rättvis prisnivå som möjligt vilken skall komma alla kunder tillgodo.

Information som skall lämnas enligt artikel 10 i direktiv 2000/31/EG

”1. Förutom de informationskrav som fastställs i gemenskapsrätten skall medlemsstaterna, utom när parter som inte är konsumenter har kommit överens om något annat, se till att åtminstone följande information lämnas av tjänsteleverantören på ett klart, begripligt och otvetydigt sätt och innan beställningen har gjorts av tjänstemottagaren:

- a) De olika tekniska steg som skall genomföras för att ingå avtalet.
- b) Huruvida avtalet kommer att arkiveras av tjänsteleverantören eller inte och om det kommer att hållas tillgängligt.
- c) De tekniska möjligheterna att upptäcka och rätta till inmatningsfel innan beställningen görs.
- d) De språk som står till buds för att ingå avtalet.

2. Medlemsstaterna skall se till, utom när parter som inte är konsumenter har kommit överens om något annat, att tjänsteleverantören anger vilka uppförandekoder han är ansluten till samt information om hur dessa uppförandekoder går att få fram elektroniskt.

3. Avtalsvillkoren och de allmänna villkor som ges till tjänstemottagaren måste göras tillgängliga på ett sätt som gör det möjligt för mottagaren att spara och återge dem.

4. Punkterna 1 och 2 skall inte tillämpas på avtal som har ingåtts enbart genom utväxling av e-post eller motsvarande personliga meddelanden.<sup>83</sup>

De tekniska stegen för att genomföra köpet beskriver IKEA mycket tydligt på försäljningssidan. Redan på första sidan finns det en ikon som heter kundservice. Klickar

---

<sup>81</sup> EG-direktiv 14263/99 (2000/31/EG) art.6.

<sup>82</sup> EG-direktiv 14263/99 (2000/31/EG) preambeln sid. 13 pkt 29.

<sup>83</sup> EG-direktiv 14263/99 (2000/31/EG) art.10.

man på den så kommer man fram till en sida där en av punkterna heter ”så här handlar du på nätet”. Tillvägagångssättet är beskrivet med bilder och text steg för steg och dessutom mycket överskådligt. IKEA Sverige bör vara mer tydliga när bundenhet för kunden uppstår. Den danska tekniska beskrivningen talar om följande för kunden:

”Dette er sidste side før din ordre bliver afsendt. Vær sikker på at alle produktinformationer er korrekte. Ønsker du at ændre noget, klikker du blot på ”rediger”. Er alt i orden, klikker du på ”send ordre”. Nu er købet afsluttet og ordren er afsendt.”<sup>84</sup>

Den svenska tekniska beskrivningen talar om följande:

”Det här är sista sidan innan du beställer. Se till att informationen du uppger stämmer. Om du vill ändra något, klicka på "redigera". Om du är nöjd klickar du bara på "beställ" för att handla.”<sup>85</sup>

Enligt min mening uppfyller IKEA denna punkt vad gäller att informationen enligt första stycket i artikel 1 skall lämnas klart, begripligt samt otvetydigt.

Vad gäller arkiveringen av avtalet så arkiveras själva beställningen eller ordern i IKEAs system vilket också kunderna, genom sitt ordernummer kommer att ha tillgång till för att kunna ha möjlighet för att följa varans väg fram till dörren. Kunden beds att skriva ut orderbekräftelsen efter det att han har accepterat beställningens innehåll. Däremot så kommer inte villkoren att presenteras på orderbekräftelsen och inte heller lagras i samband med ordern utan enda möjligheten för kunden är att skriva ut dessa direkt ifrån hemsidan. Avtalet kommer alltså till viss del att arkiveras under leveransen vad gäller beställningens innehåll och dessa delar kommer kunden direkt att ha tillgång till via sitt ordernummer och uppkopplingen via Internet. Eftersom villkoren inte lagras i samband med beställningen så har IKEA faktiskt möjlighet för att gå in och ändra i dem efter det att en beställning har gjorts och före det att kunden tar emot varan. Enligt artikel 10 så skall IKEA i vart fall informera sina kunder om att de inte lagrar villkoren i samband med köpet. Det framgår inte att IKEA skulle ha en skyldighet att lagra denna typ av information enligt detta direktiv utan endast tillhandahålla tillvägagångssättet för kunderna. IKEA har däremot en möjlighet för att spara gamla versioner av villkoren vid eventuella ändringar. Detta gör det möjligt att härleda varje order till jämförbara villkor. Vad jag vet så har inte villkoren ändrats efter att man påbörjade försäljningen via Internet. IKEA har heller ingen procedur kring att lagra eventuella ändringar eftersom ändringarna idag (produktändringar) sker direkt på presentationssidan.

Under punkten c) så skall kunden informeras om vilka tekniska möjligheter han har för

---

<sup>84</sup> [www.ikea.dk](http://www.ikea.dk)

<sup>85</sup> [www.ikea.se](http://www.ikea.se)

att rätta till inmatningsfel. Det sista som sker i beställningsproceduren är att kunden har möjlighet för att välja mellan ”beställ” samt ”redigera”. Denna sista möjlighet finns på den sida där kunden skall fylla i all personlig information. Det finns alltså inga tekniska hinder för att genomföra ändringar i beställningen. Skulle det vara så att kunden ändå vill ändra i beställningen efter det att han har tryckt på ”beställ” så finns det möjlighet att annullera ordern efter det att beställningen är genomförd.

Information skall också lämnas om de språk som finns till buds för att ingå avtalet. Det kommer att vara de nordiska språken som texterna presenteras på eftersom beställningsmöjligheten på hemsidan är nationellt begränsad.

Uppförandekoder enligt punkt 2 i artikel 10 är typiskt sett information som tillhandahålls av handels-, yrkes och konsumentorganisationer eller andra sammanslutningar som skall bidra till att verksamheten genomför de legala krav som finns på området ordentligt.<sup>86</sup> Denna artikel rör endast tjänsteleverantörer som inordnas under reglerad yrkesverksamhet enligt direktivet, såsom försäljning av finansiella tjänster, och därmed ej IKEA.<sup>87</sup>

Punkten 3 är uppfylld av IKEA då det inte är några problem att både spara eller skriva ut de sidor som beställningen genomförs på.

## **Personlig information**

På IKEAs hemsida framgår det att före man beställer varor via Homeshopping så skall man tillåta att IKEA bevarar ens personliga upplysningar på samma sätt som IKEA bevarar post- och katalogorder. Anledningen till att IKEA bevarar informationen är pga identifikation av kunder samt möjligheten att kontakta kunderna om nödvändigt. De danska villkoren hänvisar till UK Data protection act från 1984 samt 1998, de svenska till personuppgiftslagen medan de norska villkoren saknar hänvisning. Det framgår vidare av de svenska och danska villkoren att IKEA inte låter obehöriga ta del av informationen dvs att IKEA som exempel inte säljer upplysningarna vidare eller handlar med dem. De norska villkoren är helt tysta om de personliga upplysningarna. Av de danska och svenska villkoren framgår dessutom att kunden kommer att bli kontaktad om det skulle göras ändringar i villkoren gällande den personliga informationen.

### ***UK data protection act***

Att IKEA Danmark väljer att hänvisa till en lag från Storbritannien verkar vara felaktigt.

---

<sup>86</sup> Se vidare art 16 direktiv 2000/31/EG

<sup>87</sup> DS 2001:13 under Författningskommentaren til artikel 10.

Försäljningen via IKEAs hemsidor är nationell vilket innebär att det faktiskt inte finns något direkt samband mellan IKEA i Storbritannien och IKEA i Danmark. Varorna distribueras delvis via Sverige men utöver det så försigår all kontroll, reklamationer, uppföljning och kundkontakt via kundens hemland.

Det framgår också ur UK data protection act artikel 39 att lagen inte gäller om det är så att servicen ges utanför Storbritannien.<sup>88</sup> Av den danska personuppgiftslagen framgår det däremot att personuppgiftslagen är tillämplig på en verksamhet som är etablerad i Danmark.<sup>89</sup> Det framgår vidare i Data protection act från 1998 att det dömande organet vid överträdelser är domstol i antingen Storbritannien eller Skottland.<sup>90</sup>

Denna del i det avtal som IKEAs kunder godkänner vid sitt inköp via Internet kommer alltså ej att vara gällande. Behandlingen av personliga upplysningar skall istället behandlas i enlighet med de nationella nordiska lagarna på området, som alla bygger på EU-direktiv, eftersom det rör sig om nationella personliga upplysningar.

### ***Dansk och svensk personlig information***

Den danska lagen som behandlar denna typ av information är lov om behandling af personoplysninger.<sup>91</sup> Lagen har sitt ursprung ur samma direktiv som den svenska personuppgiftslagen nämligen Europaparlamentets och Rådets direktiv 95/46/EF från den 24 oktober 1995. Ur den danska lagens 3 kap. 4§ framgår att lagen gäller för behandling av upplysningar, som utförs av en data-ansvarig, som är etablerad i Danmark, om aktiviteterna sker innanför den europeiska unionens område.<sup>92</sup>

Den svenska personuppgiftslagen beskriver också i paragraf 4 att ”denna lag gäller för sådana personuppgiftsansvariga som är etablerade i Sverige”.<sup>93</sup>

IKEA Danmark och Sverige skriver i sina villkor att kunden själv skall ge sitt samtycke till att IKEA bevarar kundens personliga upplysningar. Tekniskt sett skall kunden aktivt godkänna IKEAs villkor och därigenom bevarandet av personliga upplysningar.

---

<sup>88</sup> Data protection act 1984 art 39, Current law statutes annotated, Sweet & Maxwell Stevens, volume two chapters 28-40 1984

<sup>89</sup> Lov nr 429 af 31 maj 2000.

<sup>90</sup> Data protection act 1998 art 15, Current law statutes annotated, Sweet & Maxwell Stevens, volume 1 chapters 1-31 1998.

<sup>91</sup> Lov nr.429 af 31 maj 2000.

<sup>92</sup> 3kap 4§ lov nr.429 31/5 2000.

<sup>93</sup> Personuppgiftslag 1998:204 4§.

Utgångspunkten enligt dansk och svensk lag är att IKEA inte behöver att inhämta kundens samtycke eftersom informationen är nödvändig för att IKEA skall kunna ingå ett avtal med kunden. Ur den danska och svenska personuppgiftslagen framgår det att personuppgifter får behandlas bara om den registrerade har lämnat sitt samtycke till behandlingen eller om behandlingen är nödvändig för att ett avtal med den registrerade skall kunna fullgöras.<sup>94</sup>

I IKEAs fall vore det omöjligt att fullfölja avtalet om man exempelvis inte visste var kunden bor någonstans. IKEA behåller däremot informationen efter det att kunden har handlat hos IKEA i ett kundregister. Om det är så att kunden ämnar att handla hos IKEA igen så finns kundens information redan registrerad och kunden kan genom ett kod få fram sina egna personliga upplysningar på skärmen. Den vidare behandling av kundens upplysningar som sker skall enligt dansk och svensk lag vara grundad på kundens samtycke om det inte är så att IKEAs register kan anses vara ett statistiskt register.<sup>95</sup> Det står ingen preciserad beskrivning om vad kriterierna för ett statistiskt register är varken i den svenska propositionen eller i direktivet. Ur direktivet framgår att medlemsstaterna skall säkra att den statistiska informationen ej skall användas för att underbygga information eller avgöranden som gäller en viss bestämd person.<sup>96</sup>

IKEA borde säkra sig om att få ett tydligt samtycke från kunden om att behandla kundens personliga upplysningar efter det att köpet är avslutat. På IKEA Sveriges och Danmarks Internetsida skall kunden aktivt bekräfta att vederbörande godkänner att IKEA lagrar kundens personliga information. Kunden har när som helst lov till att återkalla sitt samtycke varvid ytterligare personliga upplysningar därefter ej får behandlas av IKEA.<sup>97</sup>

### ***Norsk personlig information***

Enligt norsk rätt skall den personliga registreringen vara sakligt begrundad utifrån hänsyn till administration och verksamhet i det organ eller företag som företar registreringen.<sup>98</sup> Det är den norska Kungen som har beviljat IKEAs personregister enligt paragraf 9. Var och en har lov till att ta del av de upplysningar som IKEA lagrar men det krävs inget samtycke till registreringen av kunden utan samtycket ligger hos Kungen. Kungen kan välja att delegera godkännandet av register till justitiedepartementet eller datatillsynen.

### ***Personnummer***

Under avsnittet om rättshandlingsförmåga behandlades scenariot att omyndig person beställer varor via IKEAs Internetsida. Enligt svensk och lag är det inget som hindrar att

---

<sup>94</sup> Personuppgiftslag 1998:204 10§ samt Personopplysningsloven 8§.

<sup>95</sup> Lov nr.429 af 31 maj 2000 4kap.5§ 2st, 6§ 1pkt. samt PUL 9§ pkt. i, samt 2-4st.

<sup>96</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 95/46/EF 24/10-95 st.29 i preambeln.

<sup>97</sup> PUL paragraf 12.

<sup>98</sup> Lov om personregistre m.m 9 juni Nr.48 1978

IKEA begär att få ta del av personnumret eftersom man genom det kan säkra sig (till viss del) att kunden inte är omyndig. Det framgår enligt PUL §22 att personnummer får behandlas utan samtycke såtillvida att det är klart motiverat med hänsyn till vikten av en säker identifiering. Enligt den danska lagen om personuppgifter så framgår det i 4 kap. §11 första och andra punkten att privata har lov till att behandla uppgifter innehållande personnummer om det följer av lag eller om den registrerade har givit sitt uttryckliga samtycke till det. I preambeln till direktivet till den danska och svenska lagen framgår att registreringen skall i IKEAs fall vara nödvändig med hänsyn till ingående eller uppfyllelse av ett kontrakt, som har bindande verkan för den registrerade, eller vara begrundat i ett lagkrav.<sup>99</sup> Om det är så att kunden är omyndig så blir det ingen bindande verkan för den registrerade och avtal kommer aldrig till stånd, vilket talar för att IKEA skall begära information om kundens personnummer.

Den norska lagstiftaren har beskrivit processen på det sättet att Kungen först skall ge sitt samtycke till att registret upprättas. Därefter skall det fastställas regler för innehållet i personregistret. En del av dessa regler är om personregistret skall innehålla personnummer eller inte.<sup>100</sup> Om det är så att IKEA i Norge får detta tillstånd så är det inget som hindrar att man begär denna information från kunderna och detta utan samtycke.

## **Slutkommentarer**

### ***De svenska villkoren***

Som utgångspunkt till min egna kommentar omkring IKEAs upplägg på Internet har jag valt de svenska villkoren då dessa mest svarar till de lagmässiga krav som existerar för Sverige, Norge och Danmark idag. Jag menar att IKEA i Norge, Sverige samt Danmark har möjlighet att i stort sett använda sig av samma villkor varvid de eventuella kommentarer som beskrivs nedan tar utgångspunkt att man helt och hållet översätter de svenska villkoren till det danska samt norska språket.

De svenska villkoren ser ut enligt följande:

---

<sup>99</sup> Europaparlamentets och rådets direktiv 95/46/EF 24/10-95 st.30 i preambeln.

<sup>100</sup> Lov om personregistre m.m 9 juni Nr.48 1978 paragraf 11.



## **Allmänna villkor för IKEA på nätet**

### **Betalning**

Som privatkund kan du välja att betala på olika sätt:

- Efterkrav
- IKEA familykort med kredit

IKEAs företagskunder betalar med:

- IKEA företagskort (30-dagars kredit)

### **Leverans & fraktoppgifter**

Vänligen notera att om du ändrar din leveransadress i din profil ändras endast adressen på de beställningar du gjort via vår hemsida. Ingenting ändras på ditt IKEA family kort eller företagskort. Vill du göra en bestående ändring på dina kontouppgifter måste du kontakta IKANO banken. Adresser ändras inte heller på inestående beställningar.

Dina varor levereras med bil eller som postpaket i Sverige inom ca 2 veckor, förutsatt att varorna finns i lager. Om varorna inte finns i lager, bevakar vi din order och leverar så snart beställningen blir komplett. Om du önskar en viss leveransvecka eller vill ha dina varor till annan adress än bostaden så ordnar vi naturligtvis det.

### **Fraktkostnader:**

- Postleverans\* under 20 kg 75 kr
- Billeverans: 0-20 kg 175 kr
- Billeverans: 20-80 kg 345 kr
- Billeverans: 80-500 kg 595 kr
- Billeverans: över 500 kg 695 kr

\*Postens avgift på 25 kr tillkommer

### **Annullera beställning**

Om du vill annullera en beställning som du gjort via nätet, kontakta vår kundservice genom att skicka ett meddelande med hjälp av länken nedan.

*Kundservice*

### **Öppet köp- ångerköp**

Självklart har du öppet köp!

Spara alltid kvitto och förpackningen. Skulle du ångra ditt köp returnerar du bara varan med originalemballaget och får pengarna tillbaka. Du betala endast returfrakten. Det samma gäller för utlösta postpaket. Du har också ångerrätt enligt lagen om konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal. Vid eventuell reklamation står IKEA naturligtvis för fraktkostnaden. Kontakta kundservice.

Vi garanterar våra priser våra priser ett år från det att katalogen kommer ut. Vi reserverar

oss dock för att vissa produkter kan utgå. Köpgarantin gäller inte måttbeställda varor. Lokala variationer kan förekomma. Hör med ditt varuhus om vad som gäller.

### Köptrygghet

En del av vår policy är att erbjuda kunden en bra kvalitet till ett bra pris, allt för att våra kunder skall bli nöjda. Vi lämnar därför 12 års garanti på våra bästa Sultan sängar och 15 års garanti på vårt bästa Tundra golv. IKEA har även golvläggningssgaranti- vi köper tillbaka golvet inom 3 månader om du misslyckas med läggningen. På de flesta kontorsmöbler för offentlig miljö lämnar vi 10 års garanti. Garantin gäller för produktfel som skadat gods eller nedsatt funktion, under förutsättning att varan har brukats under normala förhållanden. Skulle varan vara skadad på något sätt ersätter vi den.

### IKEA kvalitet

Nästan alla möbler på IKEA och många av våra tillbehör, är testade enligt europeiska standardkrav på tålighet. Testerna baseras på verkliga livssituationer och det är din garanti för att våra möbler är säkra och hållbara. Kvalitetstest är en del av IKEAs löfte om bra design och funktion till ett lågt pris.

### Personlig information

När du lägger en on-line-order på IKEAs webbplats, måste du först godkänna att IKEA lagrar de uppgifter du lämnat. Dessa lagras och används på samma sätt som vid användandet av postorder. Vi använder informationen för att kunna skicka dina beställda varor till rätt adress och för att validera din identitet för att kunna nå dig, om detta skulle behövas. Vi följer strikt de säkerhetsprocedurer som enligt personuppgiftslagen gäller för lagring och utlämnande av information som delgivits oss. Detta görs för att förhindra att obehöriga får tillgång till informationen. Vi förbinder oss att inte skicka vidare, byta eller sälja den information du lämnat oss. Vi kommer givetvis att meddela dig om några ändringar skulle göras I denna policy.<sup>101</sup>

### ***Kommentar till villkoren***

IKEA uppfyller informationskravet kring sättet för betalning. Priset inbegripet alla skatter framgår under beställningen då det mot slutet av beställningsfasen kommer fram en sida där priset för alla beställda varor inklusive frakt och moms framgår.

Det framgår också av IKEA Sveriges villkor att det tillkommer en kostnad av 25 Svkr vid leverans via postväsendet vilket det ej gör i Danmark.

Tiden för fullgörande delges också kunderna både under villkoren samt i samband med beställningen.

Ångerrätten framgår av respektive lands villkor. Av de norska villkoren framgår det inte

---

<sup>101</sup> [www.ikea.se/customer\\_service/how\\_to\\_e-shop/terms.asp](http://www.ikea.se/customer_service/how_to_e-shop/terms.asp)

att det är kunden som skall stå kostnaden för returförsändelsen eller att ångerrätten gäller under 30 dagar, vilket bör framgå. Det saknas också information om ångerrätten på den orderbekräftelse som kunden mottar i IKEA Danmark via E-mail. Detta leder till att den aktuella ångerfrist som kunderna i IKEA Danmark har idag faktiskt är 3 månader. Det som saknas idag är eventuellt ett tydliggörande kring den geografiska adress som kunden kan vända sig till vid en eventuell reklamation, information angående service efter köpet samt information om existerande garantier.

Det saknas också en intern reglering vad avser ett bestämt tidsperspektiv inom vilket kunden skall återbetalas när kunden har reklamerat en vara.

IKEA undantar också vissa varor från ångerrätten. Det är tveksamt om IKEA Sveriges undantag vad avser måttbeställda varor kan undantas. Det är ännu mera tveksamt om Danmarks undantag vad gäller målarfärg, glas, porslin samt plantor står i enlighet med direktivets definition av personlig prägel. Jag menar inte att IKEA kan undanta dessa varor.

Varken IKEA Danmark eller Norge delger kunden under vilken tid erbjudandet gäller. Eftersom principerna för katalogpriserna är de samma i Sverige som i Danmark och Norge (katalogpriserna är fixerade under ett år) saknar ett sådant tillägg i Danmark och Norge betydelse ur IKEAs perspektiv.

De svenska villkoren kring personlig information kräver ingen kommentar. Det gör däremot de danska som hänvisar till UK data protection act. Denna akt har ingen rättslig relevans i Danmark varvid detta absolut är något som bör ändras. Hänvisningen skall istället vara den danska personupplysningslagen. De norska villkoren är tysta på denna punkt varvid IKEA Norge bör komplettera sina villkor med upplysningar kring hur de hanterar personliga upplysningar.

I IKEA Sverige och Danmark skall kunden själv skall ge sitt samtycke till att IKEA bevarar kundens personliga upplysningar. Detta öppnar möjligheten för att IKEA ber om kundens personnummer som en utgångspunkt till att avgöra om kunden är myndig eller inte. Min rekommendation är att IKEA tillför detta krav eftersom det bättre säkrar att de avtal som blir ingångna också vinner rättskraft. Kunden kan fortfarande vilseleda IKEA genom att uppge felaktigt personnummer men i ett sådant fall har i vart fall IKEA gjort något för att säkra kundens myndighet vilket påverkar ett eventuellt skadestånd. Jag har ännu inte hört om något fall i IKEA där detta har varit ett problem varvid man kan fråga sig om det är nödvändigt ur ett kundperspektiv att be om kundens personnummer då detta ur kundens ögon kan upplevas som onödigt och eventuellt

integritetskränkande.

### ***Kommentarer utanför villkoren***

Varans väsentliga egenskaper beskrivs i stor utsträckning på de produkter som finns att beställa. Jag upplever att den information som uppges inte är kvalitetssäkrad. IKEA borde skapa en exakt ram för vilken information som skall stå vid sidan om varje produkt vilket säkrar att alla produkter innehåller den väsentliga information som lagen kräver.

IKEA skall också presentera de språk som finns att tillgå för att genomföra beställningen vilket man inte gör idag.

IKEA bör vara något mer tydliga gentemot kunden vid sista steget i beställningsprocessen och verkligen tala om att köpet efter detta steg blir fullbordat när kunden mottar IKEAs orderbekräftelse.

Från direktiv 2000/31/EG skall uppgifter om leverantörens e-postadress presenteras. IKEAs e-postadress presenteras inte idag på hemsidan. Det framgår inte heller uppgifter om IKEAs organisationsnummer eller registreringsnummer för mervärdesskatt enligt detta direktiv. Eftersom direktivet ännu inte är implementerat saknar detta än så länge betydelse. Angående uppgifter om varans pris så framgår det att om priset för produkten anges i Euro så är kravet om prisinformation uppfyllt. Detta gör inte IKEA idag. IKEA talar ej heller om för kunden om man arkiverar avtalen med varje kund eller inte. IKEA bör fastslå en rutin för arkivering vid varje ändring av Internetsidan så att IKEA vid varje tillfälle kan härleda en kunds order till gällande villkor eller produktpresentationer.

### **Slutsatser**

IKEA har idag en väl fungerande handel via Internet vilket har utvidgat IKEAs marknadsandel till att också omfatta de geografiska ytterområdena kring varuhusen. IKEA har valt att ge sig in på marknaden i ett högt tempo vilket delvis kommer till uttryck genom att IKEA inte helt och hållet uppfyller lagens krav angående distanshandel. Jag tror att det är viktigt att kontinuerligt analysera hemsidorna ur juridisk

synvinkel eftersom lagstiftningen ständigt utökas och ändras.

Jag upplever det inte som att det är någon press på ett företag som IKEA att just efterleva lagstiftning som ovan beskriven. Påföljdssidan verkar inte vara genomarbetad i de nationella lagstiftningarna vilket direktiven föreskriver skall säkras.

Det finns givetvis ett intresse hos ett företag som IKEA att efterleva lagens krav. Dels för att inte riskera dålig publicitet men också för att ge kunderna en god upplevelse när de handlar på IKEAs Internetsida. De ovan givna konsumentdirektiven innehåller också många goda kundserviceaspekter som definitivt är intressanta ur IKEAs perspektiv. Det legala kravet fyller alltså också en funktion både för kunden och i detta fall IKEA.

## **Källförteckning:**

### ***Böcker***

Peter Blume, Helen Holdt, Ruth Nielsen og Thomas Riis, "IT-retliga emner" , Jurist- og okonmforbundets forlag 1998.

Jan Hellner (1993) "Kommersiell avtalsrätt" Juristförlaget Stockholm 1993.

Lennart Lynge Andersen, Palle Bo Madsen samt Jörgen Nørgaard (1997): "Aftaler og mellemmand" 3 udg. GadJura A/S København 1997.

Geir Woxholt (1995) "Avtaleinngåelse i og utenfor avtaleloven", Juridisk forlag AS 1995.

Jan Ramberg under medverkan av Christina Hultmark (1995) "Allmän avtalsrätt", 4:e väsentligt omarbetade upplagan, Juristförlaget Stockholm 1995.

Christina Hultmark, (1998) "Elektronisk handel och avtalsrätt", Norstedts Juridik AB, Stockholm 1998.

Nordisk ministerråd, "Shopping på Internettet", Forbruger/Konsument

### **Offentligt tryck:**

Danskt offentligt tryck:

Lovbekendtgørelse 1980-01-21 nr 28 (Köplagen)

Lovbekendtgørelse 1996-08-26 nr 781 om aftaler og andre retshandler på formuerettens område.

Lov 1995-06-14 nr 387 om bla myndighetsalder

Lov nr. 442 af 31/05/2000, lov om ændring af visse forbrugerftaler, markedsføringsloven og visse andre love.

Lov nr.429 af 31. Maj 2000 om behandling af personoplysninger.

Forslag L 213 (som fremsat) til lov om ændring af visse forbrugerftaler, markedsføringsloven og visse andre love.

Markedsføringsloven, Lovbekendtgørelse 1999-07-01 nr 545.

Danska rättsfall:

U1985.877H

Norskt offentligt tryck:

Lov om avslutning av avtaler, om fuldmagt og om ugyldige viljeserklæringer. 31 mai Nr. 4 1918

Norges lover 22 april nr.3 1927 om bla myndighetsålder

Lov om personregistre m.m 9 juni Nr.48 1978

Lov 2000-12-21 Nr 105: Lov om opplysningsplikt og angrerett m.v ved fjernsalg og salg utenfor fast utsalgssted.

Stortingets proposition nr. 47 (1997-98) angående direktiv 97/7.

Barne- og familiedepartementets Ot. Proposition nr 36 (1999-2000)

Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår (Markedsføringsloven) 16 juni Nr. 47. 1972.

**Svenskt offentligt tryck:**

Lag (2000:274) om konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal.

Konsumentköplagen (1990:932)

Lag (1915:218) om avtal och andra rättshandlingar på förmögenhetsrättens område.

Lag (1998:204) Personuppgiftslag (PUL)

Proposition 1999/2000:89 angående konsumentskydd vid distansavtal och hemförsäljningsavtal

DS 2001:13 till Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/31/EG om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden.

Direktiv/förslag till direktiv

Europaparlamentets och rådets direktiv 97/7/EG av den 20 maj 1997 om konsumentskydd vid distansavtal.

Kommissionens förslag till Europaparlamentets och rådets direktiv 98/0325(COD) om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden.

Europaparlamentets och rådets direktiv från den 8 februari 2000 om vissa rättsliga aspekter på informationssamhällets tjänster, särskilt elektronisk handel, på den inre marknaden.

EGT L 145,13.6.1977, s1.Direktivet senast ändrat genom direktiv 1999/85/EG(EGT L277, 28.10.99

Europaparlamentets och rådets direktiv 95/46/EF af 24. Oktober 1995 om beskyttelse af fysiske personer forbindelse med behandling af personoplysninger og om fri udveksling af sådanne oplysninger.

**Övrigt:**

Data protection act 1984, Current law statutes annotated, Sweet & Maxwell Stevens, volume two.

1 Data protection act 1998, Current law statutes annotated, Sweet & Maxwell Stevens, volume 1 chapters 1998.

Svenska IKEAs sida för villkor är: [www.ikea.se/customer\\_service/how\\_to\\_e-shop/terms.asp](http://www.ikea.se/customer_service/how_to_e-shop/terms.asp)