

Mastergradsoppgave

JUS399

Digitalt innhold og forbrukervern

Forbrukervern i lys av teknologisk endring og digitalisering

Kandidatnummer: 187996

Veileder: Førsteamanuensis Knut Martin Tande

Antall ord: 13225

Innholdsfortegnelse

1 Innledning	1
1.1 Tema og problemstillinger	1
1.2 Historikk og grunnleggende hensyn.....	3
2 Gjeldende forbrukerlovgivning og dens anvendelse på kontrakter om digitalt innhold	5
2.1 Innledning.....	5
2.2 Digitalt innhold og "ting"	6
2.3 Digitalt innhold og "kjøp"	6
2.3.1 Kjøpsbegrepet.....	6
2.3.2 Elektroniske overføringsmetoder over nettverk	7
2.3.3 Nedlasting	8
2.3.4 Strømming.....	8
2.4 Forbrukerkjøpslovens anvendelse på ytelser som ikke er "kjøp av ting"	9
2.4.1 Kontrakter om levering av strøm og vann.....	9
2.4.2 Digitale ytelser som "særlige forhold".....	11
2.5 Forbrukerkjøpsloven og Directive on Consumer Rights	12
3 Forbrukerrettslige begrensninger i avtaleretten	14
3.1 Innledning.....	14
3.2 Avtaleloven §§ 36 og 37	16
3.3 Markedsføringsloven § 22	17
4 Forbrukervern i kontrakter om digitalt innhold	18
4.1 Innledning.....	18
4.2 Forbrukerens rimelige forventning til digitalt innhold	20
4.2.1 Ulike ytelser, ulike forventninger	20
4.2.2 Digitalt innhold og lisensavtaler	22
4.3 Preseptorisk forbrukerlovgivning om digitalt innhold.....	23
4.4 En valgfri felleseuropeisk kjøpslov og forbrukerkontrakter om digitalt innhold	25
4.4.1 Innledning	25
4.4.2 Bakgrunn og lovteknisk løsning	25
4.4.3 Virkeområde og digitalt innhold.....	26
4.4.4 Forbrukervern i CESL.....	27

1 Innledning

1.1 Tema og problemstillinger

I lys av dagens teknologiske utvikling er en særlig interessant problemstilling hvordan forbrukervern gjør og bør gjøre seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Utfordringene aktualiserer seg i forhold til gjeldende forbrukerlovgivning, og i forhold til den pågående legislative prosessen som knytter seg til denne avtaletypen. Dette er temaet for avhandlingen.

Vi har de siste årene sett en drastisk økning i kontrakter om digitalt innhold.¹ Det er derfor et behov for å ta stilling til ulike problemstillinger knyttet til forbrukerkontraktsretten. Undersøkelser gjort av Europe Economics online consumer survey forteller oss at særlig digitalt medieinnhold er populært blant europeiske forbrukere. Videre er digitalt innhold som programvare og såkalt e-læring svært utbredt.² Omlag 80 % av EUs borgere kjøper eller strømmer musikkfiler over Internett. Det er også verdt å bite seg merke i at over 90 % av EU-borgere mellom 16 og 24 år handler musikk digitalt.³ At deltagelse i det digitale markedet er større hos yngre borgere gir en indikasjon på at vi vil se videre vekst i den digitale økonomien. Som følge av den store veksten i den digitale økonomien har det vært mye fokus og stor debatt rundt problemstillingene knyttet til kontrakter om digitalt innhold.

Avhandlingen er formet rundt tre hovedproblemstillinger og det er dynamikken mellom disse som skaper grunnlaget for analysen. Den første problemstillingen er i hvilken grad gjeldende forbrukerlovgivning kommer til anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. I gjeldende norsk forbrukerlovgivning er det kun forbrukerkjøpsloven som er aktuell i forhold til å omfatte denne typen kontrakter. Problemet er at denne loven i utgangspunktet er tilpasset tradisjonelle kjøp av fysiske ting. Da oppstår spørsmålet: Finner vi ting og kjøp i den digitale verden? Forbrukerkjøpsloven har kjøp og salg av fysiske ting som kjerneområde. Man har imidlertid utvidet virkeområde til også å omfatte for eksempel kontrakter om levering av strøm og vann. Kontrakter om disse ytelsene skiller seg fra kjøpskontrakter om fysiske ting på flere områder, men likevel har tradisjonelle kjøpsrettslige tankemåter gjort seg gjeldende for reguleringen av disse avtaletypene. Spørsmålet er om dette er tilfellet også for kontrakter om digitalt innhold. Debatt og fokus på problemstillingene knyttet til kontrakter om digitalt innhold har ført til legislativt arbeid i EU med det mål å få på plass lovgivning som kan gi svar på noen av problemstillingene som har aktualisert seg. Directive on Consumer Rights ble vedtatt i 2011 og er det første direktivet som behandler noen av problemstillingene knyttet til kontrakter om digitalt innhold. Da

¹ Digital Content Services for Consumers: Assessment of Problems Experienced by Consumers (Lot 1) Report 4: Final Report. p. 14.

² Digital Content Services for Consumers: Assessment of Problems Experienced by Consumers (Lot 1) Report 4: Final Report. p. 14.

³ Digital Content Services for Consumers: Assessment of Problems Experienced by Consumers (Lot 1) Report 4: Final Report. p. 17.

oppstår det spørsmål om i hvilken grad forbrukerkjøpsloven må anvendes og tolkes i lys av direktivets behandling av kontrakter om digitalt innhold.

De siste 40 årene har det vært stor lovgiveraktivitet innenfor kontraktsretten i EU og i Norge. Dette har blant annet ført med seg spesialiserte lover som har virkeområde avgrenset til én eller et fåtall avtaletyper. Spesialiseringen av lovgivning gjør systemet sårbart for rask rettsutvikling som følge av teknologisk nyvinning. Problemer oppstår når gjeldende lovgivning ikke kan anvendes på nye avtaletyper eller variasjoner av tradisjonelle avtaletyper med nye karakteristikk. En del av problemkomplekset er at vi i stor grad har preseptorisk forbrukerlovgivning til fordel for forbrukeren. Spørsmålet er hva som da skjer med både lovtolkningen og forbrukervernet når teknologien endrer seg.

Den andre problemstillingen er i hvilken grad forbrukervernet opprettholdes i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Digitalt innhold er som regel åndsverk. Dermed er det i en overvekt av tilfellene opphavsrettslige rettigheter knyttet til digitalt innhold. I tilfelle av at gjeldende forbrukerlovgivning ikke regulerer slike kontrakter blir spørsmålet hvor langt rettighetshaver kan gå i å utforme særskilte vilkår i en forbrukerkontrakt og i forlengelsen av dette om det finnes effektive begrensninger i avtalefriheten som ivaretar forbrukerens interesser. I avtaleloven og markedsføringsloven finner vi generalklausuler som har som formål å hindre misbruk av avtalefriheten. Spørsmålet er i hvilken grad disse utgjør en effektiv begrensning i avtalefriheten i forhold til kontrakter om digitalt innhold.

Den tredje problemstillingen er hvordan forbrukervern bør gjøre seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold og hvordan dette kan implementeres. Det er en god del tilfeller som vil falle utenfor forbrukerlovgivningen fordi denne ikke er tilpasset kontrakter om digitalt innhold, og når det gjelder generalklausuler er de for generelle til å gi forbrukervern på lik linje med preseptorisk lovgivning. Derfor vil det antagelig være behov for regelendringer i tråd med den teknologiske utviklingen. Prosessene vi gjennomgår i sammenheng med den første og den andre problemstillingen legger grunnlag for en vurdering av i hvilken grad vi trenger nye regler og hvilke hensyn som ligger til grunn i forbrukerlovgivningen som vil ha overføringsverdi. Behandlingen av denne problemstillingen blir derfor en de lege ferenda-vurdering i lys av bakgrunnsretten og basert på reelle hensyn. Det foregår arbeid i EU med en valgfri felleseuropeisk kjøpslov som vil kunne ha anvendelse på forbrukerkontrakter om digitalt innhold.⁴ Regelverket er ikke vedtatt, men er av verdi for avhandlingen fordi det representerer den siste utviklingen innen legislativ behandling av problemstillinger knyttet til kontrakter om digitalt innhold. Spørsmålet er om man i forslaget til en valgfri felleseuropeisk kjøpslov har tatt grep som vil kunne sikret effektivt forbrukervern ved kontrakter om digitalt innhold.

⁴ Begrepet "digitale ytelser" har tidligere vært benyttet av justisdepartementet og i norsk juridisk litteratur i samme betydning som "digitalt innhold" er benyttet i denne avhandlingen. Begrunnelsen for å bruke begrepet "digitalt innhold" er at dette samsvarer i størst grad med begrepet brukt i EU: "digital content" (svensk: digitalt innehåll, dansk: digitalt indhold).

Kontrakter om digitalt innhold er et relativt nytt fenomen som betyr at rettstilstanden i stor grad er uavklart og rettskildematerialet gir lite. Det er derfor mer hensiktsmessig å vise bredden i problematikken på området, enn å fokusere på noen få problemer. Et slikt bredt perspektiv gir meg mulighet til å behandle flere problemstillinger, og på denne måten danne et bilde av kompleksiteten på området.

1.2 Historikk og grunnleggende hensyn

Forbrukerretten har vokst frem som et resultat av at forbrukeren trenger en viss grad av beskyttelse når han inngår en avtale med en næringsdrivende for å balansere styrkeforholdet mellom partene. Dette følger av både formålsparagrafene og forarbeidene til de norske forbrukerlovene. Å være regnet som forbruker er nøkkelen til å få vern av en omfattende lovregulering som ikke kan fravikes til ugunst for en.⁵ Forbrukervern utgjør en begrensning i avtalefriheten for å sørge for at den næringsdrivende ikke misbruker sin posisjon i forhold til kontraktsinngåelsen. Dette reelle hensynet gjør seg gjeldende gjennomgående i forbrukerretten. Det er på bakgrunn av dette reelle hensynet at det kan være problematisk hvis vi ikke finner effektiv begrensning av avtalefriheten til fordel for forbrukeren i forhold til enkelte avtaletyper, som kontrakter om digitalt innhold. Med effektiv begrensning mener jeg stor grad av forutberegnelighet og klarhet både i form av at forbrukeren lett kan sette seg inn i sin rettsstilling og bruke sine gitte rettigheter, og i form av at næringsdrivende kan forholde seg til hva som er lovlig av kontraktsvilkår og forretningspraksiser. I tillegg må forbrukerens rettigheter være tilpasset den aktuelle avtaletypen.

Hensynet til forbrukervernet vil samtidig gjøre seg gjeldende på ulike måter for ulike avtaler. Det er ikke nødvendigvis slik at forbrukervernet gitt i forhold til for eksempel kjøpskontrakter skal være det samme som for kontrakter om digitalt innhold. For at en begrensning i avtalefriheten skal være effektiv, må den rette seg mot forbrukerens rimelige forventning i forhold til avtaletypen. Gjennomgående i forbrukerlovgivningen finner vi hensynet til forbrukerens rimelige forventning som vurderingsmoment uttrykt mer eller mindre tydelig. Vi finner eksempler på dette blant annet i at levering skal skje innen *rimelig* tid etter kjøpet hvis ikke annet er avtalt jf. fkjl. § 6 og tingen skal svare til det forbrukeren *har grunn til å forvente* jf. fkjl. § 15 (2) (b) (mine kursiveringer). Vi finner den samme type standardiserte rimelighetsvilkår i europeisk forbrukerkontraktlovgivning.⁶ For enhver ytelse vil forbrukeren ha berettigede forventninger knyttet til ytelsens egenskaper, levering og så videre. Forbrukerrettighetene må være knyttet til disse for den enkelte avtaletype for å være effektive. Mot hensynet til forbrukeren står hensynet til den næringsdrivende. Utgangspunktet er fri avtalerett og begrensningene i avtalefriheten må ikke gå lengre enn nødvendig for å sikre forbrukerens rimelige forventninger.

⁵ Høringsnotat 2000 s. 10-11.

⁶ Natali Helberger (2011), «Standardizing consumers expectations in digital content», info, vol. 13 Issue 6 p. 70.

Utviklingen i Europa og verden er særlig viktig i forhold til handel med digitalt innhold fordi den ofte vil finne sted over landegrensene. Først og fremst må norsk lovgivning følge den internasjonale utviklingen i tråd med folkerettslige forpliktelser. Ut over dette er deltagelse i internasjonale samarbeid om avtalerettslig regulering av digital handel viktig for konkurransedyktighet til norske leverandører og for at utenlandske aktører skal tilby sine produkter i det norske markedet. Hvis norsk lovgivning ikke er kompatibel med utviklingen ellers i verden, vil det være fare for at norsk lovgivning blir illusorisk og i verste fall kan hemme norske leverandører av digitalt innhold sin konkurranseevne internasjonalt.

Sterkt forbrukervern er et grunnprinsipp i den Europeiske Union⁷ og det har gitt utslag i flere forbrukerdirektiv som har til formål å fremme forbrukervern. Blant annet gjelder dette Direktiv 85/577/EØF⁸, 93/13/EØF⁹, 97/7/EF¹⁰ og 1999/44/EF (Consumer Sales Directive). De norske forbrukerlovene har i all hovedsak kommet som resultat av at Norge har tilpasset sin interne rett til EU-direktiver i tråd med EØS-avtalen. Aktuelt for denne avhandlingen er forholdet mellom Consumer Sales Directive (heretter CSD) og forbrukerkjøpsloven. CSD ble gjennomført i norsk rett ved forbrukerkjøpsloven.

Inntil nylig fantes det ikke noe direktiv som tok for seg forbrukerkontakter om digitalt innhold. Det har vært rettet stort fokus på å stimulere til vekst i det interne markedet ved å harmonisere forbrukerrettigheter i unionen. Målet er at handel over landegrensene, og da særlig handel over internett, skal fremstå trygt og enkelt for forbrukerne. Dette er blant årsaken til at Directive on Consumer Rights (heretter CRD) ble vedtatt 25. oktober 2011. Direktivet skal implementeres i nasjonal rett innen 13. juni 2014 jf. artikkel 28, men vil allerede nå være et tolkningsmoment når vi skal undersøke norsk forbrukerrett. Dette må også sees i sammenheng med EUs digitale agenda hvor det er presisert at et av målene til EU er å harmonisere forbrukerrettighetene i forhold til handel med digitalt innhold.¹¹ CRD gir forbrukere visse konkrete rettigheter i forhold til kontrakter om digitalt innhold og er en indikasjon på at man i EU ønsker å gi forbrukeren positive rettigheter på linje med det man har gjort i forhold til forbrukerkjøpsavtaler. CRD gir derimot lite indikasjon på hvor langt slike positive rettigheter skal strekke seg. Dette kommer jeg tilbake til senere i avhandlingen.

Det er på bakgrunn av hensynet til forbrukeren og den vedtatte sterke graden av forbrukervern at det er viktig å slå fast hvordan forbrukervernet gjør seg gjeldende når teknologisk utvikling gjør rettstilstanden uklar. Hvis graden av forbrukervern skal være mindre eller av en annen karakter enn ved andre

⁷ Følger av artikkel 12 og 169 i TFEU (Treaty on the functioning of the European Union) og artikkel 38 i Charter of fundamental rights of the European Union.

⁸ Direktivet ble gjennomført i norsk rett med angrefristloven og er videreført i angrerettloven.

⁹ Direktivet ble gjennomført i norsk rett ved endringer i avtalelovens §§ 36 og 37, samt markedsføringsloven § 9a.

¹⁰ Direktivet ble gjennomført i norsk rett ved angrerettsloven, samt endringer i markedsføringsloven.

¹¹ Digital Agenda for Europe. Planned Actions. Pillar I: Digital Single Market. Action 16: Code of EU online Rights.

http://ec.europa.eu/information_society/newsroom/cf/pillar.cfm?pillar_id=43&pillar=Digital%20Single%20Market

forbrukeravtaler, er det viktig å slå fast hvorfor. Hvis ikke vil rettstilstanden stride med disse grunnprinsippene.

Gjennomgang av avhandlingens første problemstilling, som knytter seg til gjeldende norsk forbrukerlovgivning, må sees i sammenheng med hensynene bak forbrukerlovgivningen og EU-direktivene om forbrukervern da de norske forbrukerlovene i all hovedsak har kommet som et resultat av at Norge har tilpasset sin interne rett til EU-direktiver i tråd med EØS-avtalen. Særlig CRD er av relevans for drøftelsen.

2 Gjeldende forbrukerlovgivning og dens anvendelse på kontrakter om digitalt innhold

2.1 Innledning

Avhandlingens første problemstillingen er i hvilken grad gjeldende forbrukerlovgivning kommer til anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. Blant de preseptoriske forbrukerlovene i Norge er det kun forbrukerkjøpsloven som er aktuell i forhold til å få anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. De øvrige forbrukerlovene har saklige virkeområder som gjør at kontrakter om digitalt innhold ikke reguleres av lovene. Det første jeg skal gjøre er derfor å klargjøre rammene som ligger i forbrukerkjøpsloven og se på hvordan ordlyden "forbrukerkjøp" jf. fkjl. § 1, som er sentral i angivelsen av lovens virkeområde, forholder seg til kontrakter om digitalt innhold. Deretter skal jeg se på hvordan forbrukerkjøpslovens virkeområde er utvidet til å gjelde noen ytelser hvor det ikke foreligger "forbrukerkjøp", og hvorvidt dette vil ha betydning for lovens anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. Avslutningsvis skal jeg undersøke hvilken betydning Directive on Consumer Rights sin behandling av kontrakter om digitalt innhold har for forbrukerkjøpslovens anvendelse på denne kontraktstypen.

Forbrukerkjøpsloven gjelder for «forbrukerkjøp» jf. fkjl. § 1 annet og tredje ledd sammenholdt med § 2. Med forbrukerkjøp menes "salg av en ting til en forbruker når selgeren opptrer i næringsvirksomhet" jf. fkjl. § 1 (2). Ordlyden "salg av ting" viser at forbrukerkjøpslovens kjerneområde er kontrakter om kjøp av fysiske gjenstander. Sett i sammenheng med at overføringen av digitalt innhold over nettverk ikke knytter seg til fysisk medium og det heller ikke foreligger noen overføring av eiendomsrett i ved slik overføring vil kontrakter om slik ytelse i utgangpunktet falle utenfor forbrukerkjøpslovens kjerneområde¹². Likevel er det av flere grunner viktig å slå fast hvorfor dette er tilfelle. For det første er

¹² Med kjerneområde mener jeg kjernen av lovens virkeområde. Det vil her si den avtaletypen loven opprinnelig er tenkt å anvendes på og derfor er konstruert rundt. Dette tilsvarer ikke nødvendigvis lovens virkeområde. Virkeområde kan også omfatte tilfeller som ikke er i lovens kjerneområde hvis de kan innfortolkes i ordlyden som bestemmer virkeområde eller det følger av annet særskilt grunnlag.

kontrakter om digitalt innhold er et nytt fenomen. Det er dermed også rettstilstanden rundt avtaletypen. Gjeldende rett i forhold til disse kontraktene er ikke juridisk allmennkunnskap som man kan legge til grunn uten videre kommentar. For det andre er det karakteristiske trekk ved digitalt innhold som gjør at det ikke faller innenfor forbrukerkjøpslovens kjerneområde. Disse karakteristikene er gjennomgående viktige for drøftelsene i denne avhandlingen. Gjennomgangen av hvordan kontrakter om digitalt innhold stiller seg i forhold til forbrukerkjøpslovens kjerneområde har derfor også et formål i at den gir innsikt i karakteristikker ved digitalt innhold, og kjennskap og forståelse av disse er avgjørende for drøftelsene utover i avhandlingen.

2.2 Digitalt innhold og "ting"

Det første spørsmålet knyttet til forbrukerkjøpslovens virkeområde er om digitalt innhold kan være en "ting" i forbrukerkjøpslovens forstand. En naturlig forståelse av ordlyden "ting" tilsier en fysisk gjenstand. Tolkningen har støtte i ordlyden "goods" i Consumer Sales Directive (direktiv 1999/44/EF) artikkel 1.2 b) som "ting" i forbrukerkjøpsloven stammer fra.¹³ I direktiv 1999/44/EF er «goods» oversatt til «löse saker» og «løsøregenstand» i henholdsvis den svenske og danske språkversjonen av direktivet. Også "goods" i CISG artikkel 1 hvor begrepet "ting" i kjøpsloven stammer fra må sees i sammenheng med begrepet "løsøre" i konvensjonens tittel.¹⁴ Dette viser at løsøre er i kjernen av ordlyden "ting". Dersom digitalt innhold er lagret på et fysisk medium er de sammen å regne som løsøre og faller klart under ordlyden "ting". I de tilfellene der innholdet ikke er lagret på et fysisk medium, men overføres elektronisk gjennom nettverk vil det ikke være tilknyttet løsøre og faller dermed i utgangspunktet utenfor ordlyden, og utenfor forbrukerkjøpslovens kjerneområde og i utgangspunktet lovens virkeområde.

Som vi ser er ordlyden "ting" enkel å forholde seg til fordi kjerneinnholdet i begrepet er klart. Det åpner for eksempel ikke for å tolke inn digitalt innhold som ikke er lagret på fysisk medium. Derimot skal vi se at det samme ikke er tilfelle for ordlyden "kjøp". Denne ordlyden har vært tolket utvidende til også å omfatte tilfeller utenfor det som etter naturlig språklig forståelse er "kjøp". På grunn av det nære forholdet mellom disse to ordlydene vil tolkningen av "kjøp" ha betydning for tolkningen av "ting".

2.3 Digitalt innhold og "kjøp"

2.3.1 Kjøpsbegrepet

Det finnes ingen legaldefinisjon på hva "kjøp" er, verken i forbrukerkjøpsloven, direktiv 1999/44/EF, kjøpsloven eller CISG. En naturlig språklig forståelse av ordlyden er at et kjøp er en gjensidig avtale om overføring av eiendomsrett til et formuesgode mot pengevederlag. Denne oppfatningen er også allmenn

¹³ Schlechtriem og Schwenzer, Commentary on the UN Convention on the International Sale of Goods (CISG), Second Edition, 2005, s. 29-30.

¹⁴ Bergem, Konow, & Rognlien, Kjøpsloven og FN-konvensjonen om internasjonale løsørekjøp med kommentarer, 2008 s. 466.

akseptert i juridisk teori.¹⁵ Ordlyden "kjøp" i kjøpsloven og forbrukerkjøpslovens forstand strekker seg derimot etter vanlig oppfatning noe lenger. Den omfatter også andre rettigheter som kan overdras. Dette kommer av en oppfatning om at når andre rettigheter enn eiendomsrett kan overdras, må de også kunne kjøpes og selges. Reelle hensyn tilsier at når transaksjonene er av samme natur, er det mer avgjørende enn den konkrete gjenstanden for kontrakten. Denne utvidende tolkningen av "kjøp" får direkte innvirkning på tolkningen av ordlyden "ting" i den forstand at også andre ytelser enn fysiske gjenstander kan omfattes av forbrukerkjøpsloven på tross av at "ting" har et klart kjerneinnhold som i utgangspunktet ville utelukke slike ytelser. Dette åpner for at ordlyden "ting" likevel ikke står i veien for at digitalt innhold omfattes av forbrukerkjøpslovens virkeområde. Spørsmålet er om det foreligger et "kjøp" i forbrukerkjøpslovens forstand ved handel med digitalt innhold.

I tilfelle hvor digitalt innhold er lagret på fysiske medium, som for eksempel en CD-plate, vil den konkrete plateskiven kunne kjøpes. Gjennom kjøper overføres også eiendomsretten til de eksemplarer av datafilene som er lagret på platen. I tillegg overføres rettighetene knyttet til datafilene gjennom salget. Dette er i kjernen av hva som omfattes av forbrukerkjøpsloven og det er ikke tvilsomt at loven vil komme til anvendelse ved kjøp av digitalt innhold lagret på fysiske medium som for eksempel minnepinner, CD-plater og DVD-plater.¹⁶

Om det foreligger et "kjøp" er derimot problematisk ved elektronisk overføring over nettverk. Bakgrunnen for den utvidende tolkningen av "kjøp" var som vi så en tanke om at alle rettigheter som kan overdras også kan selges. Problemet er at det ved overføringsmetodene som benyttes i dag ikke overdras noen rettigheter når digitalt innhold overføres over nettverk. Spørsmålet er om det da kan foreligge et "kjøp" i forbrukerkjøpslovens forstand.

2.3.2 Elektroniske overføringsmetoder over nettverk

Når digitalt innhold skal overføres til forbruker over nettverk, skjer dette vanligvis gjennom nedlasting og strømming. Dette er i dag de mest utbredte elektroniske overføringsmetodene i det digitale markedet. Utover at de begge er overføringsmetoder over nettverk er nedlasting og strømming svært forskjellige. De ulike karakteristikene ved overføringsmetodene er viktig både i forhold til vurderingen av om det kan foreligge "kjøp" og i forhold til senere vurderinger i avhandlingen.

I tillegg til strømming og nedlasting finnes det leveringsmåter som er kombinasjoner av nedlasting og strømming og kombinasjoner av elektronisk og fysisk overføring. Vi har eksempler på online-spill som leveres på fysisk medium, men som krever et månedlig abonnement for å spille online. Vi kan heller ikke utelukke at vi gjennom teknologisk utvikling vil få ytterligere overføringsmetoder i fremtiden. Jeg vil

¹⁵ Bergem, Konow, & Rognlien, Kjøpsloven og FN-konvensjonen om internasjonale løsørekjøp med kommentarer, 2008, s. 39.

¹⁶ Ot.prp.nr.44 (2001-2002) Om lov om forbrukerkjøp s. 72

imidlertid ikke gå inn på disse alternative leveringsformene, men konsentrere meg om de som er mest aktuelle i det digitale markedet nå.

I det digitale markedet er det vanlig at digitalt innhold distribueres til forbrukere uten at disse betaler pengevederlag. I stedet for å få overført penger får den næringsdrivende parten personlig informasjon fra forbrukeren. Denne informasjonen kan være svært verdifull for mottakeren. Informasjon kan både selges videre og benyttes i målrettede reklamekampanjer. Dette vil likevel utelukke at transaksjonen anses som et kjøp i kjøpslovens forstand, fordi det ikke betales pengevederlag. Her behandles kun de tilfellene hvor det betales pengevederlag for digitalt innhold.

Fordi nedlasting og strømming er så forskjellige overføringsmetoder er det hensiktsmessig å behandle spørsmålet om det kan foreligge kjøp ved nedlasting og strømming hver for seg.

2.3.3 Nedlasting

Med nedlasting menes at forbrukeren gjennom nettverkstilkobling får tilgang til en datafil(er) lagret på en annen datamaskin og overfører denne til sin egen datamaskin. Dette lar forbrukeren laste ned innhold han har kjøpt, for så å lagre dette på sine enheter og bruke dem lokalt. Som ved kjøp av ting og rettigheter får forbrukeren ved nedlasting rådighet over gjenstanden for kontrakten. Nedlasting skiller seg derimot fra kjøp i at det ikke overføres noen rettigheter til forbrukeren. Ved nedlasting kopieres en datafil fra en datamaskin til en annen. Ved fremstilling av kopien som et nytt eksemplar blir det etablert en ny rettighet. Ettersom det ikke skjer noen overføring av en allerede eksisterende rettighet kan det ikke være et kjøp i tradisjonell forstand. Den delen av ytelsen som knytter seg til at leverandøren av det digitale innholdet gjør det tilgjengelig for nedlasting kan ikke anses som å være omfattet av forbrukerkjøpsloven fordi det må karakteriseres som en tjeneste.¹⁷

2.3.4 Strømming

Ved strømming¹⁸ i motsetning til nedlasting lagres ikke det digitale innholdet lokalt hos forbrukeren. Innholdet er i stedet lagret eksternt og sendes fra den eksterne lagringsplassen til forbrukeren for avspilling på hans datamaskin. Det blir lagret midlertidige filer som spilles av for så å slettes fra den lokale lagringsplassen. Ingen data lagres hos forbrukeren annet enn denne midlertidige lagring for å sikre god signalkvalitet og for å unngå hakking.

¹⁷ Ot. prp. nr. 23 2006-2007 Om lov om endringer i forbrukerkjøpsloven mv. s. 46.

¹⁸ I norsk juridisk litteratur er begrepene "digitale fremføringsytelser" og "avspillingstjenester" brukt i samme betydning som "strømming" benyttes i denne avhandlingen. Jeg har ikke sette noen god begrunnelse for den tidligere begrepsbruken. Hvor ingen spesielle hensyn tilsier en bestemt begrepsbruk er det hensiktsmessig å holde terminologien så nærme vanlig språklig bruk som mulig fordi det gjør det enklere for en vanlig person å forstå hva det er snakk om. "Strømming" er i tillegg en direkte oversettelse av det engelske uttrykket "streaming" som er benyttet internasjonalt som betegnelse på dette fenomenet.

Kontrakter om strømming av digitalt innhold differensierer i større grad fra tradisjonelle kjøp enn nedlasting. Det er ikke noen identifiserbar fil som er gjenstand for kontrakten. I motsetning til ved nedlasting, og ved kjøp av ting og rettigheter, får ikke forbrukeren rådighet over det som er gjenstand for kontrakten ved strømming. Forbrukeren får tilgang til å bruke filene over nettverk, men har i utgangspunktet ingen rådighet over filene utover dette. Ytelsen bærer på grunn av dette et sterkt preg av å være en tjenesteytelse heller enn et kjøp. Det er med andre ord mindre tvilsomt her enn ved nedlasting at det ikke er snakk om kjøp i forbrukerkjøpslovens forstand. Dette har støtte i forarbeidene til forbrukerkjøpsloven hvor justisdepartementet legger til grunn at kontrakt om strømming må bedømmes som en kombinert leie- og tjenesteavtale som faller utenfor kjøpsloven¹⁹. Departementet går så langt som å uttale at denne typen ytelse er av en så «vesentlig annen karakter, at det *uansett* ikke er aktuelt å la forbrukerkjøpsloven få anvendelse på slike ytelser²⁰» (min kursivering).

Etter dette synes det klart at forbrukerkjøpsloven ikke vil gjelde for filer som nedlastes eller strømmes over nettverk fordi denne typen ytelse ikke er i kjerneområde for hva som omfattes av loven.²¹ Man finner derimot flere eksempler på ytelser som ikke kan karakteriseres som "kjøp av ting", men som likevel er omfattet av forbrukerkjøpslovens virkeområde.

2.4 Forbrukerkjøpslovens anvendelse på ytelser som ikke er "kjøp av ting"

2.4.1 Kontrakter om levering av strøm og vann

Blant ytelsene som ikke kan karakteriseres som "kjøp av ting", men som likevel er omfattet av forbrukerkjøpslovens virkeområde finner vi kontrakter om levering av strøm og vann jf. fkjl. § 2. Kontrakter om disse ytelsene skiller seg fra kjøpskontrakter om tradisjonelle ting på flere områder, men likevel har tradisjonelle kjøpsrettslige tankemåter gjort seg gjeldende for reguleringen av disse avtaletypene. I likhet med kontrakter om digitalt innhold knytter ikke kontrakter om levering av strøm seg til fysiske gjenstander, og det foreligger heller ikke noe kjøp i tradisjonell forstand fordi det ikke overføres rettigheter. Kontraktene handler om levering av en generisk ytelse. Disse forholdene gjør at vi må se på muligheten for at forbrukerkjøpsloven får anvendelse på kontrakter om digitalt innhold som overføres over nettverk selv om disse ytelsene ikke er i kjerneområdet for hva som omfattes av forbrukerkjøpsloven jf. fkjl. § 1. Før vi kan se på hvordan dette forholder seg til digitalt innhold må vi se på bakgrunnen for at noen ytelser som ikke kan karakteriseres som "kjøp av ting" likevel omfattes av forbrukerkjøpslovens virkeområde.

¹⁹ Ot.prp.nr.44 (2001-2002) side 57 og side 72-74.

²⁰ Ot. prp. nr. 23 2006-2007 Om lov om endringer i forbrukerkjøpsloven mv. s. 10.

²¹ Ot.prp.nr.44 (2001-2002) side 57 og side 72-74.

Det diskuteres i forarbeidene til kjøpsloven hvorvidt forsyning av elektrisitet bør omfattes av kjøpsloven.²² Forbrukerkjøpsloven er utformet i kjøpslovens system, og har i mange tilfeller identisk eller svært lik ordlyd. Rettskilder av betydning for kjøpsloven vil derfor kunne være av betydning for tolkningen av forbrukerkjøpsloven. Departementet kom frem til at det er lite naturlig å karakterisere bestilling av elektrisk energi som kjøp i tradisjonell forstand. Videre skiller en slik ytelse seg etter departementets mening så mye fra det det er naturlig å kalle "ting" at det også på grunn av det er unaturlig å la kjøpsloven komme direkte til anvendelse. Vi kan trekke linjer til drøftelsen om kontrakter om digitalt innhold. I likhet med kontrakter om forsyning av elektrisitet har vi sett at kontrakter om digitalt innhold er lite naturlig å karakterisere som kjøpskontrakter og at det er lite naturlig å kalle digitalt innhold som ting.²³

Videre uttales det i forarbeidene til kjøpsloven: «Departementet har (...) kommet frem til at loven ikke uten videre passer for elektrisitetsforsyninger, og at elektrisitet i form av strøm derfor ikke bør omfattes av lovutkastet. (...) Dette hindrer likevel ikke at mange av kjøpslovens regler kan anvendes analogisk på kontrakter om forsyning av elektronisk strøm».²⁴ Som i forhold til kontrakter om forsyning av elektronisk strøm kan antagelig mange av kjøpslovens regler anvendes analogisk på kontrakter om digitalt innhold overført over nettverk. Det følger av forarbeidene at man ved en vurdering om analogi er hensiktsmessig må ta hensyn til "salgsobjektets spesielle karakter". Det vil si at man må vurdere hvorvidt den enkelte regelen passer på det aktuelle tilfellet.

I forarbeidene til forbrukerkjøpsloven ble betydningen av presisering av lovens virkeområde diskutert opp mot mulighetene for å anvende reglene analogisk. Det var liten tvil om at kjøpslovens regler om mangelfull levering og forsinkelse kunne anvendes direkte eller analogisk på kontrakter om levering av vann.²⁵ Adgangen til analogi gjør seg derimot ikke i like stor grad gjeldende som et argument for at direkte lovregulering er unødvendig i forhold til forbrukerkontrakter som ellers. På forbrukerområdet er det behov for klarhet og lettfattelig på en annen måte enn i kontraktsforhold mellom næringsdrivende. På bakgrunn av hensynet til forbrukeren legger departementet til grunn at det er behov for å presisere at kontrakter om levering av vann er innenfor forbrukerkjøpslovens virkeområde jf. fkjl. § 2 første ledd bokstav b.

De samme reelle hensynene lå bak endringen av forbrukerkjøpsloven i 2006 hvor virkeområdet til forbrukerkjøpsloven ble utvidet til også å omfatte kontrakter om levering av strøm.²⁶ At mange av

²² Ot.prp.nr.80 (1986-1987). Om A kjøpslov B lov om samtykke til ratifikasjon av FN-konvensjonen om kontrakter for internasjonale løsørekjøp, vedtatt 11. april 1980 s. 48.

²³ Se punkt 2.1 – 2.3 i avhandlingen.

²⁴ Ot.prp.nr.80 (1986-1987). Om A kjøpslov B lov om samtykke til ratifikasjon av FN-konvensjonen om kontrakter for internasjonale løsørekjøp, vedtatt 11. april 1980 s. 48.

²⁵ Ot.prp.nr.44 (2001-2002) Om lov om forbrukerkjøp s. 71.

²⁶ Lov 2006-06-30 nr. 36. Se Ot.prp.nr.144 (2004-2005) (endringslov) Forbrukerkjøpsloven (lovregulering av strømvtaler)

forbrukerkjøpslovens bestemmelser passet for kontrakter om levering av strøm var etter departementets mening også avgjørende for at avtaletypen skulle omfattes av lovverket. At bestemmelsene kunne anvendes analogisk ble ikke sett på som avgjørende. At enkelte av forbrukerkjøpslovens bestemmelser ikke fullt ut passer for anvendelse på kontrakter om strøm var heller ikke avgjørende. «Etter departementets syn har det da mindre betydning at enkelte av lovens bestemmelser ikke er like aktuelle».²⁷

2.4.2 Digitale ytelser som "særlige forhold"

Spørsmålet er om kontrakter om digitalt innhold omfattes av forbrukerkjøpsloven på samme måte som disse avtaletypene, og kan anses som "særlige forhold" som faller innenfor lovens saklige virkeområde.

Begrunnelsen for å gi forbrukerkjøpsloven anvendelse ved kontrakter om levering av vann og strøm gjør seg langt på vei gjeldende for kontrakter om digitalt innhold. Mange av forbrukerkjøpslovens regler kan uten endring benyttes på nedlasting av digitalt innhold. Forbrukerkjøpsloven § 5 om levering har prinsipper som kan overføres. I stedet for å holde en ting tilgjengelig kan en fil være tilgjengelig for nedlasting. Prinsippet om at det er en henteytelse og at selger har oppfylt når det er opp til kjøperen om levering finner sted er like aktuelt.²⁸ Det samme gjelder regelen om leveringstid i § 6, hvor hovedregelen er at tingen skal leveres innen rimelig tid. Det digitale innholdet må da gjøres tilgjengelig for nedlasting innen rimelig tid. Mangelbestemmelsen i § 16 eller tidspunkt for mangel i § 18 behøver heller ikke endring.²⁹

Man kan argumentere for at nedlasting som ytelse også er nærmere et tradisjonelt kjøp enn det levering av strøm er, og at forbrukerkjøpsloven derfor er mer tilpasset til å gjelde for denne avtaletypen. Ved nedlasting av digitalt innhold leveres én eller flere bestemte datafiler som forbrukeren får rådighet over innen rammene av kontrakten. Levering av strøm er en kontinuerlig generisk ytelse som ikke gir slik form for rådighet.

Strømming har i større grad enn nedlasting karakteristikk som er sammenlignbare med levering av strøm. Strømming er, som vi har sett, en kontinuerlig ytelse hvor mottakeren ikke får rådighet over kontraktens objekt. Etter dette kan man argumentere for at når forbrukerkjøpsloven gjelder for en ytelse som levering av strøm kan den også omfatte strømming av digitalt innhold. Digitalt innhold vil i de fleste tilfeller være den digitale varianten av noe som tidligere har vært fysiske ting, og dermed av natur vil være nærmere "ting" enn for eksempel strøm.

²⁷ Ot.prp.nr.144 (2004-2005) (endringslov) Forbrukerkjøpsloven (lovregulering av strømvtaler) s. 40.

²⁸ Olav Torvund, forbrukerkjøpslovens anvendelse ved levering av digitale ytelser, s. 28

²⁹ Olav Torvund, forbrukerkjøpslovens anvendelse ved levering av digitale ytelser, s. 31

Som vi har sett er mange av forbrukerkjøpslovens bestemmelser utformet på en måte som ikke står i veien for at de ville kunne anvendes på nedlasting av digitalt innhold, og loven kan synes å være like anvendelig på strømming som på levering av strøm. Det avgjørende er imidlertid at digitalt innhold ikke er inntatt i forbrukerkjøpsloven § 2. Når loven presiserer en tilsynelatende uttømmende liste med former for ytelser som er innenfor lovens virkeområde selv om de ikke er i kjerneområde for forbrukerkjøpsloven, taler det sterkt for at man ikke uten videre kan tolke lovens virkeområde utvidende til også å omfatte andre ytelsesformer. Som nevnt³⁰ har vi ikke tradisjon for å tolke lovens virkeområde utvidende slik at den også kan omfatte andre avtaletyper uten særskilt grunnlag. Også det faktum at loven er preseptorisk, taler for at man må være varsom med å slå fast at loven benyttes utenfor de rammer satt i lovteksten da det utgjør et begrensing i utgangspunktet om fri avtalerett. Vi ser at i flere tilfeller vil reelle hensyn tilsi forbrukerkjøpslovens anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. Selv om reelle hensyn taler for en utvidende tolkning av lovens virkeområde til også å omfatte kontrakter om digitalt innhold, stenger rammene satt i lovverket for dette.

Argumentasjonene ovenfor kan derimot få betydning i en vurdering av hvorvidt det er aktuelt å benytte forbrukerkjøpslovens regler analogisk på kontrakter om digitalt innhold som overføres over nettverk.

2.5 Forbrukerkjøpsloven og Directive on Consumer Rights

Gjeldende rett ser etter dette ut til å stenge for direkte anvendelse av forbrukerkjøpslovens regler på kontrakter om digitalt innhold som overføres over nettverk, og med det synes det som den gjeldende tradisjonen innen forbrukerlovgevingen dermed ikke regulerer problemstillinger som reiser seg i forhold til slike kontrakter. Et hensyn som gjør seg gjeldende ved tolkning av forbrukerkjøpsloven er harmoniseringshensyn i forhold til legislative tiltak i EU. Tidligere i avhandlingen har jeg vist at de norske forbrukerlovene i all hovedsak er kommet som resultat av at Norge har tilpasset sin interne rett til EU-direktiver. Forbrukerdirektiver som behandler forbrukerkontrakter om digitalt innhold vil derfor være tolkningsbidrag i forhold til norske forbrukerlovregler. Directive on Consumer Rights (heretter CRD) erstatter blant annet Consumer Sales Directive (heretter CSD) som vi tidligere har sett var grunnlaget for den norske forbrukerkjøpsloven. Fordi man i EU har implementert forbrukerrettighetene gitt i CSD i CRD vil direktivet få betydning for tolkningen, og muligens føre til endringer av forbrukerkjøpsloven. CRD må derimot ikke implementeres i nasjonal rett før 13. juni 2014.

Det er likevel klart at direktivet allerede vil ha tolkningsverdi i forhold til forbrukerkjøpsloven som følge av harmoniseringshensyn. I CRD gis noen rettigheter til forbrukeren i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Dermed har vi gjennom CRD et relativt nytt hensyn som forbrukerkjøpsloven må tolkes i samsvar med. Spørsmålet er hvilken rettsvirkning som i CRD knyttes til kontrakter om digitalt innhold,

³⁰ Se punkt 2.2

og hvilken virkning dette vil få for forbrukerkjøpslovens anvendelse direkte eller analogisk på kontrakter om digitalt innhold over nettverk som følge av harmoniseringshensyn.

Directive on Consumer Rights tar sikte på å besvare noen av problemstillingene knyttet til kontrakter om digitalt innhold eller "digital content" som det heter i den engelske versjonen av direktivet. Begrepet er definert som "data which are produced and supplied in digital form" jf. Consumer Rights Directive article 2 (11) og Proposal for a Common European Sales Law article 2 litra j.

Det fremgår av CRD at den største endringen i rettsstilstanden i forhold til kontrakter om digitalt innhold etter direktivet er en særlig opplysningsplikt jf. CRD artikkel 5 litra g, h og (2). Opplysningsplikten gir den næringsdrivende part ansvar for å oppgi informasjon som er av betydning for bruken av det digitale innholdet. DRM-restriksjoner³¹, regionskoder, kompatibilitet med hardware og programvare, samt annet som kan begrense bruken må oppgis før transaksjonen gjennomføres.

I forbrukerkjøpsloven finner vi opplysningsplikt for selgeren i § 16 bokstav b. Etter denne bestemmelsen har selgeren plikt til å opplyse om "forhold ved tingen eller dens bruk som han eller hun burde kjenne til, og som forbrukeren hadde grunn til å regne med å få, dersom unnlatelsen kan ha virket inn på kjøpet". Ordlyden viser til opplysninger som er av betydning for forbrukerens bruk, slik som opplysninger i om DRM, regionskoder eller annen kompatibilitet vil være for bruken av digitalt innhold. Dersom kontrakter om digitalt innhold var omfattet av forbrukerkjøpsloven ville en slik opplysningsplikt som gitt i CRD mest sannsynlig vært omfattet av fkjl. § 16 bokstav b.

Dette er likevel ikke noe argument i seg selv for å la forbrukerkjøpsloven få noen videre anvendelse på kontrakter om digitale innhold enn skissert i punkt 2.3. Rettsvirkning gitt i CRD som knyttes til digitalt innhold vil ikke ha særlig betydning for forbrukerkjøpslovens anvendelse på kontrakter om digitalt innhold, annet enn at det kan benyttes som et argument for analogisk anvendelse av forbrukerkjøpslovens § 16 bokstav b.

Vi ser at selv om digitalt innhold er regulert i CRD i større grad enn tidligere betyr ikke det særlig endring med tanke på rettigheter til digitale forbrukere. Utvikling innen EU på forbrukerområdet vil ikke ha særlig betydning for tolkningen av forbrukerkjøpslovens anvendelsesområde slik at den vil omfatte kontrakter om digitalt innhold som overføres gjennom nettverk direkte. Delen av CRD som relaterer seg til opplysningsplikt kan derimot utgjøre et argument for bruk av forbrukerkjøpslovens om opplysningsplikt analogisk.

³¹ Digital rettighetsadministrasjon (Digital Rights Management). Det er en samlebetegnelse for ulike digitale teknologier som har som mål å begrense bruksmulighetene til opphavsrettsbeskyttet innhold.

Konklusjonen på avhandlingens første problemstilling må etter dette være at gjeldende forbrukerlovgivning ikke kommer til direkte anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. Derimot synes argumentasjonen i punkt 2.2-2.5 å åpne for analogi i relativt stor grad. Særlig i forhold til nedlasting som er nærmere "kjøp av ting" som ytelsesform enn strømming. Slik analogisk anvendelse må i såfall gjøres etter en konkret vurdering av hvorvidt anvendelse av forbrukerkjøpslovens regler passer og er hensiktsmessig på det aktuelle tilfellet.

Anvendelsen av analogi vil ikke på samme måte som preseptorisk lovgivning være klare på hva som er resultatet av anvendelsen. Analogi vil derfor ikke være en effektiv begrensning i avtalefriheten. Når den preseptoriske forbrukerlovgevingen ikke kommer til anvendelse slik som vi har sett i kapittel 2, blir spørsmålet hva som skjer med forbrukervernet og i hvilken grad forbrukervernet opprettholdes i forhold til kontrakter om digitalt innhold.

3 Forbrukerrettslige begrensninger i avtaleretten

3.1 Innledning

I kapittel 3 skal vi behandle den andre problemstillingen presentert innledningsvis. Problemstillingen er i det følgende i hvilken grad forbrukervernet opprettholdes i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Vi har sett at den preseptoriske forbrukerlovgevingen ikke får direkte anvendelse på slike kontrakter og spørsmålet er da om andre faktorer styrker forbrukerens rettsstilling.

Digitalt innhold er som regel åndsverk. Dermed er det i en overvekt av tilfellene opphavsrettslige rettigheter knyttet til digitalt innhold. Når det digitale innholdet er et verk i åndsverklovens forstand, vil utgangspunktet for hva forbrukeren har rett til å gjøre med innholdet være opphavsretten. Opphavsretten regulerer ikke direkte forbrukeres utnyttelsesrett, men gir for eksempel i en viss utstrekning tilgang å lage kopier til privat bruk jf. åvl. § 12. Det at noe er tillatt etter opphavsretten betyr ikke nødvendigvis at man har krav på at det skal være mulig å utnytte en slik rett. Innskrenkninger i det som er tillatt etter opphavsretten kan avtales og det er her eventuelle begrensninger i avtalefriheten vil komme inn. Alle innskrenkninger utover det som følger av opphavsretten må avtales. Når gjeldende forbrukerlovgivning ikke regulerer kontrakter om digitalt innhold overført over nettverk, blir et spørsmål hvor langt rettighetshaver kan gå i å utforme særskilte vilkår i en forbrukerkontrakt. I forlengelsen av dette må man undersøke om det finnes effektive begrensninger i avtalefriheten som ivaretar forbrukerens interesser. Poenget er her å vise hvilket generelt rammeverk som eksisterer, ikke å ta stilling til mange konkrete eksempler.

Ved behandling av forbrukerkjøpsloven så vi at forhåndstegnede ikke generiske løsninger, i kraft av rettsutviklingen, kunne innebære at gjeldende rett havner i utakt med rettsoppfatningen. Selv om innkrenkende og utvidende tolkning kan avhjelpe noen av problemene slik disharmoni vil skape, vil mer fullstendig og fleksibel problemavhjelp gjerne forutsette avendelse av mer helhetlige regler.³² Innenfor den generelle avtaleretten finner vi fleksible og generiske regler i generalklausuler som vil få anvendelse på kontrakter om digitalt innhold. Generalklausulene reduserer behovet for detaljert lovgivning og er skapt for å takle rettsutvikling, slik som blant annet skjer ved teknologisk utvikling. Generalklausulene har en preventiv effekt i forhold til misbruk av avtalefrihet som ikke må undervurderes. I en tid hvor den teknologiske situasjonen gir en voldsom utvikling, som det også er vanskelig å spå utfallet av, er det viktig med slik fleksibilitet som generalklausulene. Effektiviteten av generalklausulene har derimot noen begrensninger i generelle ulemper ved denne typen lovregler. Generalklausuler gir mindre grad av forutberegnelighet (som følge av at anvendelsen av dem i all hovedsak er skjønnsmessig). Videre gir ikke generalklausuler positive rettigheter som den preseptoriske lovgivningen gjør i for eksempel forbrukerkjøpsloven. Et godt bilde på forholdet mellom generalklausuler og preseptorisk forbrukerlovgivning er at vilkår som strider med preseptorisk lovgivning alltid vil ansees som urimelige i forhold til generalklausulen i markedsføringsloven § 22.³³ Det blir med generalklausuler mer uklart når man kan gripe inn og i hvilke tilfeller anførselen om urimelighet eller lignende vil føre frem. Dette gjør det vanskelig for forbrukere å anvende reglene. For at et forbrukervernregelverk skal være effektivt må det være enklere for forbrukeren å sette seg inn i egen rettsstilling. Generalklausulene er, som vi ser, ikke i utgangspunktet laget for å dekke forbrukerens behov for vern på samme måte som preseptorisk forbrukerlovgivning.

Vi må likevel undersøke hvilket vern som ligger i disse generalklausulene for å ha grunnlag for å drøfte i hvilken grad det er behov for ytterligere beskyttelse enn det som foreligger i rettssystemet.³⁴ Samtidig har det egenverdi å se hvor mye beskyttelse generalklausulene kan gi forbrukeren i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Av særlig interesse er to generalklausuler som på ulike måter søker å fremme en form for forbrukervern. Disse er avtalelovens § 36 jf. § 37 og markedsføringsloven § 22.

Både avtaleloven § 36 jf. § 37 og markedsføringsloven § 22 har som formål å motvirke misbruk av avtalefriheten. Derimot har de svært forskjellige virkeområder. Avtaleloven § 36 gjelder sivilrettslig, mens markedsføringslovens § 22 er en offentligrettslig forbudslov. Behandlingen av disse to generalklausulene lar oss derfor se på både en sivilrettslig og en offentligrettslig innfalsvinkel.

³² Rune Sæbø, Generalklausulene i formuerettslovgivningen i et rettskildeperspektiv, Jussens Venner 1996 s. 314.

³³ Ot. prp. nr. 38 (1979-80 s. 38).

³⁴ Se Kapittel 4

3.2 Avtaleloven §§ 36 og 37

Generalklausulen i avtaleloven §36 har som mål å motvirke misbruk av avtalefriheten og gir muligheten til å lempe eller tilsidesette en avtale dersom den er "urimelig eller (...) i strid med forretningsskikk". Ordlyden viser at terskelen for å lempe en avtale etter avtaleloven § 36 er relativt høy. Det heter i forarbeidene at "det ligger (...) i formuleringen "urimelig" at et vilkår må være positivt urimelig for at det skal kunne lempes. (...) "Urimelig" må oppfattes som i seg selv ganske strengt kriterium som ikke vil være kurant å påberope".³⁵ Man må foreta en konkret rimelighetsvurdering etter en "god skikk"-standard. Denne urimelighetsstandard vil variere etter avtaletypen og partsforholdet. Et av hovedformålene til § 36 er nettopp å gi økt forbrukervern utenfor området for særskilt preseptorisk lovgivning.³⁶ Dette følger av annet ledd hvor det heter at man blant annet skal ta hensyn til "partenes stilling". Det viser at helt siden avtalelovens § 36 sin inntreden i lovverket har den gitt en viss grad av forbrukerbeskyttelse. Derimot var det implementeringen av forbrukeravtaledirektivet³⁷ og tilføyningen av avtaleloven § 37 da direktivet ble innført i norsk rett i 1995 som særlig gjør at § 36 er potensielt viktig som begrensning i avtalefriheten i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Paragraf 37 regulerer sider av anvendelsen av § 36 i forbrukerforhold hvor avtalen ikke er individuelt forhandlet. Spørsmålet er hvordan begrensningen i avtalefriheten som følger av § 36 jf. § 37 i forbrukerforhold gjør seg gjeldende i forholdt til kontrakter om digitalt innhold.

Avtaleloven § 37 retter seg mot urimelige vilkår i forbrukeravtaler som ikke er individuelt forhandlet jf. Direktiv 93/13/EØF artikkel 3 nr. 1. Ved nedlasting og strømming av digitalt innhold er den vanligste formen for avtale, såkalte "clickwrap"-avtaler. En "clickwrap"-avtale er når forbrukeren får en elektronisk avtaletekst som vedkommende må godkjenne ved å klikke på et ikon for å kunne gå videre til å laste ned eller strøme det digitale innholdet. Det ligger i disse avtalenes natur at de er standardavtaler som ikke er individuelt forhandlet.

Med avtaleloven § 36 jf. § 37 har lovgiver langt på vei gitt domstolen oppgaven å gi urimelighetskriteriet et presist innhold.³⁸ Det vil derfor i stor grad være opp til domstolens praksis om lovbestemmelsen vil være en effektiv begrensning i avtalefriheten, og fremme forbrukervern i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Vi har ingen rettspraksis fra saker der domstolene har drøftet kontrakter om digitalt innhold, og vi må derfor nøye oss med noen generelle kommentarer om bestemmelsens anvendelse.

³⁵ Ot.prp. nr. 5 (1982-83) s. 30

³⁶ Erling Selvig og Kåre Lilleholt. Kjøpsrett til studiebruk. Universitetsforlaget Oslo. 4 utgave. 2010. s. 76.

³⁷ Direktiv 93/13/EØF.

³⁸ Finn Arnesen, Om fellesskapsrettslige regulering av urimelig avtalevilkår i forbrukerforhold. Tidsskrift for rettsvitenskap, 1996, s. 887.

Kjernen i spørsmålet om urimlighet er etter forbrukeravtaledirektivet om avtalen strider med «good faith» og om den innehar en «significant imbalance» til skade for forbrukeren.³⁹ I «good faith» ligger blant annet at leverandøren må informere om produktet i tilstrekkelig grad og at avtalens vilkår må være tilgjengelige. I «significant imbalance» ligger det at en standardavtale ikke må være innholdmessig skjev til ulempe for forbrukeren. Dette kan for eksempel være vidgående ansvarsfraskrivelse. Slike ansvarsfraskrivelser er utbredt i «clickwrap-agreements».⁴⁰

Ettersom avtaleloven § 36 jf. § 37 tar sikte på å regulere urimelige standardavtaler er den aktuell å bruke i forhold til «clickwrap»-avtaler som er utbredt som kontrakter om digitalt innhold og gir en viss grad av forbrukervern. Derimot vil påberopelse av § 36 jf. § 37 som grunnlag for lemping, på grunn av lite forutberegnlighet og klarhet, ikke gi særlig i forhold til forbrukerens rettsstilling.

3.3 Markedsføringsloven § 22

Markedsføringsloven § 22 inneholder ikke forbud mot visse avtaler eller visse klausuler, men «hjemler adgang til å nedlegge forbud mot bruk av urimelige kontraktsvilkår»⁴¹. Det vil si at det i motsetning til ved bruk av avtaleloven § 36 ikke nødvendigvis at det er inngått en kontrakt. Vilkårene i en standardavtale kan forbys uavhengig av dette. Dette gir bestemmelsen større preventiv effekt og setter terskelen for å prøve kontraktsvilkårenes urimelighet lavere. Dette må sees i sammenheng med muligheten for å klage avtalevilkår inn for Forbrukerombudet. Dette kommer jeg tilbake til litt senere.

I bestemmelsen heter det at «vilkår som nyttes (...) i næringsvirksomhet ovenfor forbrukere kan forbys når de finnes urimelige (...) og det finnes at forbud tilsies av allmenne hensyn». I annet ledd er det presisert at det i rimelighetsvurderingen skal legges vekt på «hensynet til balanse mellom partenes rettigheter og plikter og på hensynet til klarhet i kontraktsforhold». Som i avtaleloven § 36 finner vi her en begrensning i avtalefriheten i forbrukerforhold, men markedsføringsloven § 22 er praktisk sett viktigere fordi Forbrukerombudet fører tilsyn med at markedsføring skjer i samsvar med markedsføringsloven. Det vil si at brudd på markedsføringsloven § 22 klages inn til dette organet og dette gjør at håndhevelsen er enklere for forbrukeren å forholde seg til. At Forbrukerombudet eller Markedsrådet⁴² har nedlagt forbud mot bruk av et vilkår fører ikke til sivilrettslig ugyldighet mellom partene. For dette kreves domstolsbehandling. Derimot skal «markedsrådets vurdering (...) tillegges adskillig vekt dersom samme vilkår prøves etter generalklausulen» i domstolen og «selv om det ikke kan antas som en generell regel, vil det foreligge en sterk presumpsjon for at en fortsatt anvendelse av et slikt forbudt vilkår i seg selv representerer en urimlighet».⁴³ At avgjørelse i et av disse organene ikke gir

³⁹ Finn Arnesen, Om fellesskapsrettslige regulering av urimelig avtalevilkår i forbrukerforhold. Tidsskrift for rettsvitenskap, 1996, s 892.

⁴⁰ Et særlig kjent eksempel på dette er tjenestevilkårene til iTunes Music Store som vi skal komme tilbake til.

⁴¹ Ot.prp.nr.38 (1979-80) s. 37. Uttalt om markedsføringsloven § 9b, som var forgjengeren til § 22.

⁴² Ankeorgan for blant annet forbrukerombudet.

⁴³ NOU 1979:61 s 54 og Ot.prp.nr. 38 (1979-80) s. 34.

direkte sivilrettslig ugyldighet er derfor ikke en stor hindring for effektiviteten til Forbrukerombudet og Markedsrådets avgjørelser.

Når man skal undersøke om generalklausulen i markedsføringsloven § 22 utgjør en effektiv begrensning i avtalefriheten og fremme forbrukervern i forhold til kontrakter om digitalt innhold, er det hensiktsmessig å se til Forbrukerombudets praksis. En sak som gikk nettopp på urimelige vilkår i avtale om nedlasting av digitalt innhold var da Forbrukerombudet behandlet sak om tjenestevilkårene til iTunes Music Store. iTunes Music Store er en nettjeneste som lar deg betale for nedlasting av digitalt innhold. iTunes Music Store ble klaget inn for Forbrukerombudet av Forbrukerrådet på grunnlag av påstand om at standardvilkårene i "clickwrap"-avtalen til iTunes Music Store stred med markedsføringsloven. Forbrukerombudet fant at iTunes Music Store sine salgsvilkår og tjenestevilkår fremstod som uklare og ubalanserte og var i strid med markedsføringsloven blant annet på grunn av manglende angrerett og omfattende ansvarfraskivelser.⁴⁴

Muligheten til å klage inn saker for Forbrukerombudet og at Forbrukerombudet har behandlet sak om kontrakt om digitalt innhold, slik som i iTunes-saken, viser at markedsføringsloven § 22 er en begrensning i avtalefriheten som er aktuell i å ivareta forbrukerens interesser i forhold til slike avtaler. De gir dermed uansett ikke særlig effektivt forbrukervern.

Likevel må konklusjonen bli at forbrukervernet opprettholdes i en viss grad i forhold til kontrakter om digitalt innhold gjennom generalklausuler, men vernet utgjør samtidig ingen effektiv begrensning i avtalefriheten.⁴⁵ Generalklausuler gir på generelt grunnlag lite forutberegnelighet og klarhet og gjør det vanskelig for forbrukeren å sette seg inn i egen rettsstilling. Det viser at det etter gjeldende rett er en svært liten grad av forbrukervern som gjør seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold og det synes å være behov for i større grad å sørge for å balansere styrkeforholdet mellom næringsdrivende og forbrukere i sammenheng med slike avtaler.

4 Forbrukervern i kontrakter om digitalt innhold

4.1 Innledning

Den tredje problemstillingen i avhandlingen er hvordan forbrukervern bør gjøre seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold og hvordan dette kan implementeres. Vi har sett hvordan bakgrunnsretten gjør seg gjeldende på kontrakter om digitalt innhold. Med dagens forbrukerlovgivning

⁴⁴ Forbrukerombudet. Sak nr: 06-170. 30.05.2006.

⁴⁵ Se punkt 1.2 om effektivt forbrukervern.

gis det god beskyttelse ved kjøp av fysiske varer, men disse vil ikke være gjeldende ved kjøp av digitalt innhold. Når musikk strømmes på nett eller programvare lastes ned til en smarttelefon, gir dagens forbrukerlovgivning lite beskyttelse. Vi har videre sett at forbrukervernet gitt ved avtaleloven §36 jf. § 37 og markedsføringsloven § 22 ikke utgjør noen effektiv begrensning i avtalefriheten. Det viser at det etter gjeldende rett er en svært liten grad av forbrukervern som gjør seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold og det er behov for i større grad å sørge for å balansere styrkeforholdet mellom næringsdrivende og forbrukere i slike avtaler. I den resterende delen av avhandlingen skal jeg undersøke hvilke utviklingstrinn som bør komme i nær fremtid for å sikre en større grad av forbrukervern i forhold til kontrakter om digitalt innhold.

Når vurderingen skal avdekke nærstående utviklingstrinn, må den i stor grad bygge på bakgrunnsretten, fordi rettsutviklingen i forhold til forbrukervern og kontrakter om digitalt innhold må forholde seg til allerede foreliggende forbrukerlovgivning og generell forbrukerrett. Vurderingen er altså ikke fristilt fra gjeldende rett, men samtidig ikke bundet av rammene satt av rettskildefaktorene og kan gå ut over det det er dekning for i gjeldende rett. Dette er særlig viktig fordi det lar oss legge større vekt på de reelle hensynene som gjør seg gjeldende. Dette vil være de samme hensynene som gjør seg gjeldende i de lege lata-drøftelser jeg har behandlet tidligere i avhandlingen, men fordi vurderingene har foregått innenfor rammeverket av eksisterende rettskildefaktorer, og da særlig lovverk, har de ikke fått avgjørende betydning. Et godt eksempel på dette er da vi vurderte forbrukerkjøpslovens anvendelse på kontrakter om digitalt innhold.⁴⁶ Her så vi at reelle hensyn langt på vei talte for en utvidende tolkning av lovens virkeområde til også å omfatte denne avtaletypen, men at rammene i lovverket stengte for slik tolkning. Disse reelle hensynene får i en de lege ferenda-vurdering gjennomslag i større grad fordi vi ikke er bundet av rettskildefaktorene på samme måte.

I det følgende vil jeg først presentere det reelle hensynet til forbrukerens rimelige forventning i lys av bakgrunnsretten. Deretter vil jeg se på hvordan dette reelle hensynet gjør seg gjeldende i forhold til nedlasting og strømming av digitalt innhold. Jeg skal så se på om preseptorisk lovgivning synes som en god løsning i lys av disse vurderingene, og om slik regulering lar seg gjøre på tross av artsulikheter mellom strømming og nedlasting.

Avslutningsvis skal jeg se på EUs forslag til en valgfri felleseuropeisk kjøpslov som behandler kontrakter om digitalt innhold på en annen måte enn Directive on Consumer Rights, for å undersøke om utviklingen i større grad her enn i tidligere lovarbeid går mot å fremme effektivt forbrukervern i forhold til denne avtaletypen. Vurderingen av forslaget til en valgfri felleseuropeisk kjøpslov skjer i lys av drøftelsene som kommer i det følgende.

⁴⁶ Se punkt 2.4

4.2 Forbrukerens rimelige forventning til digitalt innhold

4.2.1 Ulike ytelser, ulike forventninger

Vi så innledningsvis i avhandlingen at forbrukervernet gjør seg gjeldende på ulike måter for ulike avtaler, og for at en begrensning i avtalefriheten skal være effektiv, må den rette seg mot forbrukerens rimelige forventning i forhold til den aktuelle avtaletypen.⁴⁷ For enhver ytelse vil forbrukeren ha berettigede forventninger knyttet til ytelsens egenskaper, levering og så videre. Vi ser at rimelige forventningene må vurderes ut fra ytelsens art. Den subjektive forventningen styres langt på vei av den objektive arten. I tilfellet med digitalt innhold har det ikke vært rom for å vektlegge dette hensynet i sammenheng med de lege lata-vurderingen i oppgaven, men når vi nå skal se på hvordan forbrukervernet bør gjøre seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold, er det viktig å finne forbrukerens rimelige forventning slik at denne kan skape et fundament for den videre drøftelsen.

Vi så i behandlingen av elektroniske overføringsmetoder⁴⁸ at de to mest utbredte overføringsmetodene for digitalt innhold over nettverk var nedlasting og strømming. Vi så også at disse overføringsmetodene har stor betydning for arten av ytelsen. Når disse to overføringsmetodene er såpass ulike i art og vi har sett at den subjektive forventningen til forbrukeren styres langt på vei av ytelsens art, er det hensiktsmessig å behandle rimelige forventninger til nedlasting av digitalt innhold og strømming av digitalt innhold hver for seg.

Ved nedlasting får forbrukeren laste ned innhold han har kjøpt og lagre dette på sin egen datamaskin og bruker innholdet lokalt. Vi kan trekke linjer mellom rimelige forventninger til nedlastet digitalt innhold og kjøp av fysiske ting. Vi så et godt eksempel på dette når vi satt kontrakter om digitalt innhold overført gjennom nettverk opp mot ytelsen i kjernen av forbrukerkjøpslovens virkeområde.⁴⁹ Mange av forventningene en forbruker har til en fysisk ting er knyttet til hans rådighet over gjenstanden. Under dette går for eksempel forventninger til hvordan han skal kunne bruke tingen i sin egen privatsfære. Slike forventninger vil også knytte seg til nedlastet digitalt innhold. Forbrukeren vil ha forventninger til hvordan han kan bruke det digitale innholdet, som for eksempel hvilke enheter han kan spille det av eller hvor mange datamaskiner man kan installere den samme programvaren på.

Ved strømming er som vi har vært inne på derimot forbrukerens forventninger knyttet til annet enn rådighet, som tilgang og stabilitet. Når man ikke kan identifisere noen konkret datafil(er) som gjenstand for kontrakten, vil det ikke oppstå noe eierforhold som gir grunnlag for en rådighetsforventning. I stedet vil forbrukeren ha rimelige forventninger til at han skal ha tilgang til å strømme digitalt innhold og

⁴⁷ Se punkt 1.2.

⁴⁸ Se punkt 2.3.2 – 2.3.4

⁴⁹ Se punk 2.3.3

hvilken innhold han skal ha tilgang til. Videre vil han ha forventninger til at strømmingen av innholdet skal være stabilt etc.

Vi ser at artsforskjellene mellom nedlasting og strømming gjør utslag i ulike forventninger til ytelsene. Som vi har sett vil forbrukerens rimelige forventning til en ytelse være avgjørende for hvilke rettigheter og bestemmelser som vil gi vedkommende effektivt forbrukervern i sammenheng med den konkrete avtaletype. Det sier seg selv at hvis rettighetene forbrukeren sitter med ikke er knyttet til hans forventninger til ytelsen er de ubrukelige.

Spørsmålet er hvordan forbrukervernet for digitalt innhold bør gjøre seg gjeldende da de rimelige forventningene knyttet til nedlasting og strømming av digitalt innhold er så ulike.

Som nevnt tidligere vil de rimelige forventninger i noen grad være bestemt av den enkelte forbrukers situasjon og subjektive forventning til det konkrete produkt eller ytelse. Det er imidlertid klart at det vil være vesentlige forskjeller i forventningene knyttet til digitalt innhold som nedlastes og digitalt innhold som strømmes. Ved anskaffelse av løsøre vil ikke valg av levering eller overføring være av betydning for forbrukerens forventninger til det konkrete produktet. Dette er derimot avgjørende for forbrukernes forventninger til digitalt innhold der det nedlastes eller strømmes, noe som taler for at det bør utformes ulike regelverk som hver for seg skal ivareta forbrukerrettighetene.

Det knytter seg samtidig ulike problemer til å behandle strømming og nedlasting i ulikt lovverk. Ytelser som omhandler digitalt innhold vil ofte ha mange like karakteristikk. Videre vil det i mange tilfeller være en form for overføring som er en lett blanding av nedlasting og strømming. Et eksempel er Apples iTunes Match⁵⁰ og Spotify Premium⁵¹ som lar forbrukeren velge om du ønsker å laste ned musikk eller strøme den over internett. Forbrukerombudet stiller seg kritiske til å behandle overføring av digitalt innhold gjennom strømming og nedlasting forskjellig. De uttaler at mange leverandører tilbyr begge leveringsmåtene på lik linje og ”i forhold til forbrukeren er spørsmålene som potensielt kan oppstå i forhold til om leveringen er mangelfull like aktuelle ved begge ”leveringsmåter””.⁵²

Det er liten tvil om at ytelsens karakter er relativt forskjellige ved levering gjennom strømming og nedlasting, og at det er hensiktsmessig å ha ulike regler for dem for at de skal stå i sammenheng med forbrukerens rimelige forventning. Samtidig vil en oppdeling også gjøre regelverket vanskeligere for forbrukeren å forholde seg til. Et tilgjengelig og lettfattelig regelverk er en forutsetning for effektivt forbrukervern.⁵³ Et annet moment er at disse leveringsmåtene har kommet gradvis som et resultat av

⁵⁰ Tilbys foreløpig ikke i Norge, men det er sannsynlig at dette snart vil endre seg. Er tilgjengelig i 37 andre land.

⁵¹ Tilbys i Norge. I spotify premium kan du laste ned musikk til din datamaskin, men filene er kryptert slik at rådigheten forbrukeren har over filene er begrenset. Man kan for eksempel ikke brenne filene til lyd-cd på grunn av DRM.

⁵² Ot. prp. nr. 23 2006-2007 Om lov om endringer i forbrukerkjøpsloven mv. s. 50.

⁵³ Se punkt 1.2

teknologisk utvikling og det er vanskelig å spå hvilke leveringsmåter som vil komme med tiden. Av den grunn er det viktig at forbrukerregler rundt kontrakter om digitalt innhold er teknologinøytralt også i forhold til leveringsmåte slik at det er bedre egnet til også å omfatte eventuelle fremtidige leveringsmåter over nettverk. Hensynet til et forbrukernøytralt regelverk må her være av avgjørende betydning og et regelverk for kontrakter om digitalt innhold bør gjelde uavhengig av overføringsmetode.

4.2.2 Digitalt innhold og lisensavtaler

Vi har i det foregående sett på spørsmålet om hvordan et regelverk om digitalt innhold bør utarbeides i forhold til forbrukernes rimelige forventninger ved ulike overføringsmetoder. Videre er det en felles problemstilling som knytter seg til forbrukerens rimelige forventning til den konkrete bruken av det digitale innholdet. Selv om også selve bruken av digitalt innhold er knyttet opp mot art, og derfor er forskjellig ved nedlasting og strømming, finnes det begrensninger i anvendelse av det digitale innholdet. Disse begrensningene i bruk følger av ulike lisensavtaler. Lisensavtaler og opphavsrettslige problemstillinger er ikke tidligere behandlet i forbrukerlovgivning.⁵⁴ Det er imidlertid klart, all den tid vi har med digitalt innhold å gjøre og en vurdering av hvordan forbrukervernet bør reguleres på dette området, at man må ta stilling til lisensavtalers betydning. Spørsmålet er dermed om forbrukerlovgivning om digitalt innhold bør sette begrensninger i avtalefriheten i forhold til lisensavtaler.

Det er i utgangspunktet opphavsretten som setter grenser for hva en forbruker har mulighet til å gjøre med et verk som omfattes av åndsverkloven. Opphavsretten regulerer ikke direkte forbrukeres utnyttelsesrett, men regulerer derimot to viktige forhold ved å gi opphavsmannen to eneretter. Disse enerettene består i retten til å gjøre et verk tilgjengelig for allmennheten og retten til eksemplarframstilling jf. åndsverkloven § 2. Så lenge ikke reguleringen av lisenskontrakter går utover det som omfattes av disse enerettene vil det ikke være et problem i forhold til opphavsretten. Så lenge vi i denne de lege ferenda-drøftelsen ikke ser på innskrenkninger av disse rettene, er det ikke nødvendig å ta stilling til hensynene som ville gjort seg gjeldende i forhold til enerettene etter åndsverkloven. I vår vurdering er det ikke opphavsretten i seg selv som skaper problemer, men muligheten til å avtale innskrenkninger i det som er tillatt etter opphavsretten. Det er her eventuelle begrensninger i avtalefriheten av hensyn til forbrukerens rimelige forventning vil komme inn. Hvis begrensninger i avtalefriheten i forbrukerforhold er innenfor det som vurderes som rimelig, er det vanskelig å se at hensynet til opphavsmannen kan stå i veien for å la en sterkere grad av forbrukervern gjelde også for lisenskontrakter om digitalt innhold.

Det er imidlertid grunner til å være forsiktig med å lovregulere nærmere innhold i lisenser som avtales med forbrukeren. Man kan tenke seg en situasjon hvor begrensninger i forhold til bruk i lisensavtalen for eksempel kan være knyttet opp mot pris. Slik forretningspraksis skaper mangfold og valgfrihet og er i utgangspunktet en god ting for både forbruker og næringsdrivende. Vi vil på den andre siden ikke ha en

⁵⁴ Se punkt 3.1

situasjon hvor rettighetshavere bruker sine muligheter til å utforme lisensavtaler til å ta seg urimelige friheter, som for eksempel å begrense forbrukerens bruksområde av digitalt innhold til en bestemt brukerplattform ved bruk av DRM.

Det at noe er tillatt etter opphavsretten betyr ikke nødvendigvis at man burde ha krav på at det skal være mulig å utnytte en slik rett. For eksempel vil det i en viss utstrekning være tillatt å lage kopier til privat bruk, og det er nok denne av de såkalte «lånereglene» i åndsverkloven kapittel 2, som har størst betydning for forbrukeren i forhold til nedlastede filer. Men at en slik kopiering er tillatt, betyr ikke at en rettighetshaver ikke kan levere et verk i en slik form at kopieringen i praksis ikke er mulig.⁵⁵ Dette illustrerer at for å få på plass et effektivt forbrukervern må det også være begrensninger også i forhold til lisensavtaler for å gi effektivt vern.

En av grunnene til at det ikke har vært gjort begrensninger i avtaleretten i sammenheng med forbrukerlisenskontrakter synes å være fordi det ikke tidligere har vært særlig fare eller mulighet for opphavsmannen til å effektivt begrense forbrukerens personlige bruk. Det har rett og slett ikke vært et særlig stor problem. Når vi kjøper en bok, tar vi det for gitt at vi kan lese den så mange ganger vi ønsker, når vi kjøper en CD ville vi vært svært overrasket om du kun kunne bruke denne på et Sony stereoanlegg. Når vi eier en CD, ser vi det som naturlig å kunne låne, selge eller gi denne bort. Dette stiller seg som vi har sett annerledes i forhold til digitalt innhold. På samme måte som det nå er viktigere enn tidligere for opphavsmannen å kunne begrense bruken og spredningen av åndsverk, er det viktig at denne muligheten ikke misbrukes. Som i forhold til andre kontrakter oppstår det et behov for å begrense avtaleretten slik at næringsdrivende ikke skal kunne misbruke sin stilling i kontraktsforhold med forbruker.

At det tradisjonelt ikke er gitt forbrukerlovgivning i forhold til lisenskontrakter er ikke et sterkt argument mot å gjennomføre noe slikt i nær fremtid. Lovgivningen må holde takt med rettsoppfatningen. Vi ser et reelt skifte fra handel i fysiske ting til digitale ytelser og med dette er det naturlig at vi også ser en utvidelse av forbrukervernet til å gjelde denne typen ytelser. Hva forbrukere med rimelighet kan forvente av digitalt innhold er derfor viktig å slå fast for å kunne effektivt sørge for at ikke næringsdrivende misbraker sin ressursmessige overlegne stilling i kontraktsforholdet. Konkrete forslag drøftes ikke i avhandlingen.

4.3 Preseptorisk forbrukerlovgivning om digitalt innhold

Vi har tidligere drøftet hvordan forbrukervernet bør regulere kontrakter om digitalt innhold i forhold til å ivareta forbrukernes rimelige forventninger. Videre så vi på hvordan en effektiv begrensning i avtalefriheten om lisensavtaler bør gjennomføres. Når forbrukeren har rimelige forventninger til sider ved digitalt innhold som ikke tidligere er regulert i forbrukerlovgivning, taler reelle hensyn for at det er

⁵⁵ Olav Torvund, forbrukerkjøpslovens anvendelse ved levering av digitale ytelser, s. 30.

nødvendig med ny preseptorisk lovgivning. Mer detaljert lovregulering vil på generell basis gi et mer effektivt forbrukervern, en større grad av forutberegnelighet og klarhet, og ha en større signaleffekt. For å oppnå en tilfredsstillende grad av forbrukervern i forhold til kontrakter om digitalt innhold, ser preseptorisk lovgivning med minimumsrettigheter til forbrukeren i utgangspunktet ut som en hensiktsmessig løsning. Denne løsningen vil kunne føre med seg innskrenkninger i avtalefriheten til rettighetshavere som kan skape et effektivt forbrukervern. Videre vil det i slik lovgivning også kunne utformes andre regler knyttet direkte opp mot forbrukerens rimelige forventning i forhold til digitalt innhold som knytter seg til andre sider av ytelsen, som for eksempel stabilitet ved strømming.

Dette betyr derimot ikke at preseptorisk lovgivning med slike minimumsrettigheter for den digitale forbrukeren er enkelt å konstruere. De ulike formene for levering av digitalt innhold er, som vi tidligere har drøftet tidligere, svært forskjellige. Videre vil det være slik at når områder som er preget av sterk teknologisk utvikling skal reguleres, er det viktig at de er dynamiske og teknologisk nøytrale. Det er behov for å skape et regelverk som også kan gjelde for nyvinninger i teknologien hvor flere forhold ved digitalt innhold kan komme til å endre seg. Justisdepartementet uttalte i sammenheng med forslaget om å innta nedlasting av digitalt innhold i forbrukerkjøpsloven at "[departementet ser] faren ved å regulere et marked som er relativt nytt og som er i klar utvikling, både med tanke på omfang og teknologi. (...) Ettersom det er tale om å innføre preseptorisk lovgivning, er det mulig at denne kan tenkes å påvirke utviklingen på en utilsiktet måte".⁵⁶ Departementet viser i denne sammenheng en skepsis i forhold til å innta digitalt innhold i preseptorisk lovgivning, nettopp av hensynet til det digitale markedet som var i utvikling og behovet for et teknologinøytralt lovverk. Markedet har imidlertid vokst kraftig og behovet for lovgivningstiltak som sikrer et effektivt forbrukervern er nødvendig.

Preseptorisk forbrukerlovgivning om digitalt innhold må inneholde regler tilpasset særegenheten ved kontrakter om denne ytelsen. Blant annet må den rette seg mot lisensavtaler som begrenser bruk i urimelig stor grad og avtaler som innehar omfattende ansvarsfraskrivelser. Dette er et problem som vi så reise seg i for eksempel Apple-saken.⁵⁷ I denne saken kom Forbrukerombudet frem til at vilkårene i avtalen var uklare og ubalanserte og at de dermed var forbudte etter markedsføringsloven § 22. I denne saken viste markedsføringsloven § 22 seg effektiv. Vi har derimot sett at generalklausulene i liten grad gir forutberegnelighet, både for forbruker og for næringsdrivende. Lovregulering av kontrakter om digitalt innhold må derfor inneholde nærmere preseptoriske regler om ugyldige avtalevilkår og minimumsrettigheter for forbrukere for å sikre et effektivt forbrukervern.

⁵⁶ Ot. prp. nr. 23 2006-2007 Om lov om endringer i forbrukerkjøpsloven mv. s. 52.

⁵⁷ Se punkt 3.3

4.4 En valgfri felleseuropeisk kjøpslov og forbrukerkontrakter om digitalt innhold

4.4.1 Innledning

Det har de siste årene vært stort fokus i Europa på at lovgivningstiltak og harmonisering av nasjonal forbrukerrett må til for å stimulere digital handel. Nettopp derfor har man, som vi har sett, i Directive on Consumer Rights gjort et forsøk på å regulere kontrakter om digitalt innhold. Vi så samtidig at dette direktivet ikke går særlig langt i å gi forbrukere vern i forhold til disse kontraktene. Etter CRD ble vedtatt har det foregått videre arbeid med blant annet problemstillinger knyttet til det digitale markedet i EU. Dette har resultert i et forslag til en valgfri felleseuropeisk kjøpslov. Ettersom "an optional common european sales law"⁵⁸ (heretter CESL) enda ikke er vedtatt har den ingen rettskildevekt, men representerer den siste utviklingen innen Europeisk legislativt arbeide med å regulere blant annet kontrakter om digitalt innhold. CESL behandler slike kontrakter på en annen måte enn Directive on Consumer Rights. Spørsmålet av interesse for denne avhandlingen er om behandlingen av digitalt innhold i dette regelverket i større grad enn i tidligere lovarbeid fremmer effektivt forbrukervern i forhold til kontrakter om digitalt innhold. Hensikten med vurderingen er å se hvordan forslaget til CESL stiller seg i forhold til hvordan vi har sett forbrukervern bør gjøre seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold.

Først vil jeg beskrive bakgrunnen, og den lovtekniske løsningen benyttet i forslaget til CESL. Den lovtekniske løsningen er ikke av direkte betydning for den videre drøftelsen, men CESL sin lovtekniske løsning er så spesiell at det likevel må knyttes noen kommentarer til dette. Deretter vil jeg undersøke hvordan det konkrete forslaget til CESL forholder seg til digitalt innhold.

4.4.2 Bakgrunn og lovteknisk løsning

Det har lenge vært anført blant mange at den beste måten å stimulere det interne markedet i den Europeiske Union er å harmonisere europeisk kontraktsrett fullstendig. I dag er tilfellet at 44 % av europeere sier de unngår å handle over landegrensene fordi de er usikre på rettighetene sine.⁵⁹ Også eksporterende bedrifter sier at en av de største utfordringene de står ovenfor i forhold til å handle med forbrukere over landegrenser, er forskjeller i kontraktsrett.⁶⁰ Dette ønsker man å bøte på ved å innføre en valgfri felleseuropeisk kjøpslov.⁶¹

Ettersom målet er større grad av mellomnasjonal handel har man i tråd med dette foreslått en ny type lovteknisk løsning i forslaget til CESL. Regelverket skal kun gjelde for handel over landegrenser, og skal være valgfri jf. artikkel 1. I valgfriheten ligger det at CESL er ment å være et standard avtalerettslig

⁵⁸ I avhandlingen behandler jeg "proposal for a Common European Sales Law" fra 11.10.2011 (2011/0284 (COD)).

⁵⁹ Flash Eurobarometer 299a, Attitudes towards cross-border trade and consumer protection, s.10

⁶⁰ Flash Eurobarometer 321, European contract law, consumer transactions, s. 20

⁶¹ Communication from the commission on the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the committee of the regions: A Common European Sales Law To Facilitate cross-boarder Transactions in the Single Market s. 3

instrument som partene selv velger å benytte seg av. Dersom begge parter sier seg enige i å benytte CESL, vil avtalen reguleres så langt som mulig av regelverket slik at partene i svært liten grad behøver å forholde seg til nasjonale regelverk. Forskjellen fra andre internasjonale standardavtaler, som for eksempel INCOTERMS 2010, er at det ikke skal være mulig å avtale bort enkelte deler av CESL. Enten velger partene å benytte seg av hele regelverket, eller kontraktsforholdet reguleres etter nasjonal rett i tråd med de aktuelle lovvalgsregler. CESL er ment for bruk i avtaleforhold over landegrenser i Europa hvor en eller flere av partene er en SME⁶² og hvor en av partene er en forbruker⁶³.

Denne typen legislativ konstruksjon reiser i seg selv mange problemstillinger. Her er det derimot kun spørsmålet om hvordan digitalt innhold behandles i forslaget til CESL som er av interesse.

4.4.3 Virkeområde og digitalt innhold

Lovforslaget som er lagt frem har et virkeområde som gir regelverket anvendelse ved tre ulike avtaletyper eller en kombinasjon av disse tre typene. Reglene skal gjelde for «sales contracts», «contracts for the supply of digital content» og «related service contracts» jf. artikkel 5. «Digital content» er definert som "data which are produced and supplied in digital form", i likhet med definisjonen vi som fremgår i CRD.⁶⁴ I tillegg til denne definisjonen oppgis det i forslaget til CESL eksempler på hva som kan være "digital content". Det kan være video, musikk, bilder, skrift, spill, programvare eller lignende. Dette gir et bilde av at det er åndsverk i digital form som er i kjernen for hva som regnes som "digital content". Videre avgrenses digitalt innhold ved at det gjøres unntak for seks ulike ytelser. Finansielle- eller juridiske ytelser, ytelser tilknyttet helse, kommunikasjon eller gambling og hvor forbruker gjennom interaksjon endrer eller skaper digitalt innhold, regnes ikke som "digital content". Disse unntakene er gjort for det som må karakteriseres som rene tjenesteytelser i digitalt form. Det er videre krav til at "digital content" kan lagres, prosesseres eller "accessed" av en bruker. Det må også være mulig for brukeren å bruke "digital content" flere ganger jf. artikkel 5 litra b. Dette skaper et problem i forhold til regelverkets anvendelse på strømming.

Det har vært diskutert hvorvidt ordlyden begrenser forslaget til CESLs anvendelse i forhold til strømming, fordi man ved strømming ikke vil ha mulighet til å bruke det samme digitale innholdet flere ganger. I tilfelle hvor kontrakten omhandler tilgang til en engangsstrømming av en digitalt innhold er det klart at det ikke vil være anledning til å bruke det digitale innholdet flere ganger. Hvor man for eksempel har betalt for tilgang til alle filer strømmingsleverandør har på sine servere, kan man i utgangspunktet få adgang til samme digitalt innhold flere ganger. Dette kommer derimot litt an på hvordan man velger å se på det. Også ved tilgang til å strømme det samme digitale innholdet flere ganger er det ikke sikkert at det er den samme filen forbrukeren får tilgang til selv om det er en identisk kopi. Om gjenbrukskravet

⁶² Small to medium enterprise.

⁶³ Business to Consumer.

⁶⁴ Consumer Rights Directive article 2 (11) og Proposal for a Common European Sales Law article 2 litra j.

knytter seg til en enkelt fil eller et til det bestemte digitale innholdet er usikkert. Det som er sikkert er derimot at en slik relativt snever definisjon av hva som omfattes som "digital content" i forslaget til CESL gjør den lite fleksibel med tanke på teknologisk utvikling. Jeg har tidligere i avhandlingen pekt på at teknologinøytralitet er nødvendig for et regelverk som skal gjøre seg gjeldende i et marked i utvikling.⁶⁵ Vilkårene i forslaget til CESL artikkel 5 litra b er tydelig preget av å være tilpasset nedlasting av digitalt innhold, og er ikke tilfredsstillende i et de lege ferenda-perspektiv.

Det er ikke krav til at det betales pris for levering av "digital content" i forslaget til CESL jf. artikkel 5 litra b. I det digitale markedet er det vanlig at digitalt innhold distribueres til forbrukere uten at disse betaler pengevederlag. I stedet for å få overført penger får den næringsdrivende parten personlig informasjon fra forbrukeren. Denne informasjonen kan være svært verdifull for mottakeren. På dette punkt tas det et oppgjør med konflikten mellom tradisjonell betaling og verdien av personlig informasjon. Dette er en viktig endring som er i tråd med utviklingen i det digitale markedet. Forslaget til CESL skiller ut kontrakter om digitalt innhold og synes med dette å ta hensyn til at denne typen ytelse har en art som skaper rimelige forventninger hos forbrukere som må behandles uavhengig av andre ytelser. Samtidig har regelverket klare begrensninger i forhold til det optimale fordi kontrakter om digitalt innhold er definert snevert og kun klart favner om nedlasting av digitalt innhold av tilfellene hvor innholdet overføres over nettverk.

4.4.4 Forbrukervern i CESL

I forslaget til CESL finner vi egne bestemmelser om plikter tillagt selger og leverandører av digitalt innhold og plikter tillagt kjøperen av digitalt innhold. Dette viser at man i forslaget om CESL har gått lenger enn i CRD i å tillegge rettsvirkninger til begrepet digitalt innhold. Spørsmålet er om rettsvirkningene sørger for at forbrukervernet gjør seg gjeldende slik vi har sett det bør gjøre i forhold til kontrakter om digitalt innhold.

Man tar i forslaget i større grad enn tidligere hensyn til egenarten av digitalt innhold i regelverket. Et eksempel på at man har tatt særlig hensyn til karakteristikken ved levering av digitale ytelser over nettverk er i forhold til mislighold fra forbrukeren. Returnering av digitalt innhold er for eksempel ikke en gyldig restitusjon etter forslaget om CESL. Dette har sammenheng med at det å levere tilbake en kopi av en fil vil ikke være mulig. Alternativet er at forbrukeren sender filen tilbake til leverandøren og sletter den han har lagret på sin egen datamaskin. Dette er lite hensiktsmessig både fordi tilbakeføring av en kopi av en fil leverandøren allerede sitter med ikke er av verdi for han, og fordi det er svært vanskelig å kontrollere om forbrukeren faktisk sletter sitt eksemplar av filen. I stedet for å levere tilbake digitalt innhold, skal pengeverdien av hva forbrukeren har spart på bruk av det digitale innholdet betales som erstatning jf. artikkel 173 litra l. Vi finner et eksempel som illustrerer det samme i reglene om angreperett. Angreperetten i forhold til digitalt innhold forsvinner ved nedlastingsbegynnelse jf. artikkel 40 (3) litra

⁶⁵ Se punkt 4.2.2

d.⁶⁶ Da det ikke er mulig å returnere det digitale innholdet, vil heller ikke angreretten kunne fungere på samme måte som vi kjenner den fra handel om fysiske ting.

Disse bestemmelsene om forbrukerens plikter illustrerer at man i større grad i forslaget til CESL enn i tidligere regelverk tar hensyn til egenarten av digitalt innhold. De nevnte reglene gir imidlertid ingenting i forhold til å sørge for større grad av forbrukervern, da de omhandler plikter for forbrukeren.

I forslaget til CESL er det slått fast at det digitale innholdet skal ha "qualities and performance capabilities the buyer may expect" jf. artikkel 100. Denne ordlyden retter seg direkte mot forbrukerens rimelige forventning. Som vi har sett tidligere i avhandlingen er hensynet til forbrukerens rimelige forventninger av stor betydning for å sikre et effektivt forbrukervern. Dette viser at forslaget går i retning av å gi forbrukervern i tråd med det vi har sett bør gjøre seg gjeldende i forhold til kontrakter om digitalt innhold.⁶⁷

Dersom det foreligger brudd på kontrakten eller bestemmelsene i artikkel 100 vil det utløse en forbrukerrett til visse misligholdsbeføyelser. Disse er delvis tilpasset kontrakter om digitalt innhold. Dette gjelder for eksempel hvor det ikke er betalt penger for det digitale innholdet. Da er misligholdsvirkningene knyttet kun til erstatning for tap eller skade på forbrukerens eiendom jf. artikkel 107. Forbrukeren har naturlig nok ikke mulighet til å kreve prisavslag og heving når han ikke har betalt for ytelsen. Dette viser igjen at regelverket tar hensyn til egenarten av kontrakter om digitalt innhold.

Forslaget til CESL representerer på mange måter et ønske om å imøtekomme hensynene vi har sett gjør seg gjeldende og som bør være styrende for regelverk som omfatter kontrakter om digitalt innhold. Samtidig ser vi at selv om forslaget om CESL i mye større grad enn tidligere tar konkret stilling til avtalerettslige problemstillinger som oppstår i forhold til kontrakter om digitalt innhold, er graden av forbrukervern lav. Det er ikke gjort særlig i forhold til å gi forbrukeren konkrete rettigheter i forhold til bruk. Det er heller ikke foretatt noen konkrete begrensninger i avtalefriheten, som vi har sett er av stor betydning for å sikre effektivt forbrukervern.

Kontrakter om digitalt innhold vil uavhengig av om CESL blir vedtatt være i et rettslig limbus hvor det er vanskelig for forbrukeren å sette seg inn i egen rettsstilling. Veien videre må etter mitt syn være å utvikle et eget direktiv for digitalt innhold der man på samme måte som i forslaget til CESL, og i enda større grad enn der, tar hensyn til artsegenheten til digitalt innhold og supplerer det med en høyere grad av forbrukervern. Det er nødvendig med en definisjon av digitalt innhold som er både teknologinøytral og på andre måter holdbar, slik at den er egnet til å takle teknologiske endringer. Videre må et slikt regelverk inneholde egne minimumsrettigheter, eksempler på ugyldige avtalevilkår og

⁶⁶ Samsvarer med reglen i Directive on Consumer Rights artikkel artikkel 14 (2) litra c.

⁶⁷ Se punkt 4.1-4.3

misligholdsbeføyelser tilpasset digitalt innhold. Som jeg har drøftet tidligere i avhandlingen bør et slikt regelverk gjøres preseptorisk.

På denne måten vil forutberegnelighet og klarhet øke, og forbrukeren vil lettere kunne sette seg inn i sin rettsstilling og kan dermed bruke sine rettigheter. På denne måten kan det skapes et effektivt forbrukervern som egner seg til å skape trygghet i det digitale markedet, og kan bidra til å skape fortsatt vekst i den digitale økonomien.

Kilderegister:

Litteratur

Arnesen, Finn

Om fellesskapsrettslige regulering av urimelig avtalevilkår i forbrukerforhold.

Tidsskrift for rettsvitenskap, Oslo, 1996

Bergem, Konow, & Rognlien

Kjøpsloven og FN-konvensjonen om internasjonale løsørekjøp med kommentarer,

Oslo, 2008.

Helberger, Natali

«Standardizing consumers expectations in digital content»

Info, vol. 13 Issue 6, Amsterdam, 2011.

Helberger, Loos & Guibault

Comparative analysis, Law & Economics analysis, assessment and development of recommendations for possible future rules on digital content contracts

Amsterdam, 2011

Schlechtriem og Schwenzer, Commentary on the UN Convention on the International Sale of Goods (CISG), Second Edition, Oxford, 2005.

Selvig & Lilleholt

Kjøpsrett til studiebruk

4 utgave. Oslo, 2010.

Sæbø, Rune

Generalklausulene i formuerettslovgivningen i et rettskildeperspektiv

Jussens Venner, Bergen, 1996

Torvund, Olav

forbrukerkjøpslovens anvendelse ved levering av digitale ytelser

Oslo, 2004

Lover

Lov om avslutning av avtaler, om fulmakt og om ugyldige viljeserklæringer 31. mai 1918 nr. 4

Lov om opphavsrett til åndsverk m.v. (åndsverkloven) 12. mai 1961 nr. 2

Lov om kjøp 13. mai 1988 nr. 27

Lov om opplysningsplikt og angrerett m.v. ved fjernsalg og salg utenfor fast utsalgssted (angrerettloven) 21. desember 2000 nr. 105

Lov om forbrukerkjøp (forbrukerkjøpsloven) 21. juni 2002 nr. 34

Lov om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. (markedsføringsloven) 9. januar 2009 nr. 2

Direktiver og traktater

Council Directive 85/577/EEC of 20 December 1985 to protect the consumer in respect of contracts negotiated away from business premises

Council Directive 93/13/EEC of 5 April 1993 on Unfair Terms in Consumer Contracts

Directive 97/7/EC of the European Parliament and of the Council of 20 May 1997 on the protection of consumers in respect of distance contracts

Directive 1999/44/EC of the European Parliament and of the Council of 25 May 1999 on certain aspects of the sale of consumer goods and associated guarantees

Directive 2011/83/EU of the European Parliament and of the Council of 25 October 2011 on consumer rights

Charter of fundamental rights of the European Union

Proposal for a Common European Sales Law 11.10.2011 (2011/0284 (COD)).

Treaty on the functioning of the European Union

Convention on the International Sale of Goods

EØS-avtalen

Offentlige dokumenter

NOU 1979:61

Ot. prp. nr. 38 (1979-80)

Ot.prp. nr. 5 (1982-83)

Ot.prp.nr.80 (1986-1987). Om A kjøpslov B lov om samtykke til ratifikasjon av FN-konvensjonen om kontrakter for internasjonale lølørekjøp, vedtatt 11. april 1980.

Ot.prp.nr.44 (2001-2002) Om lov om forbrukerkjøp.

Ot.prp.nr.144 (2004-2005) (endringslov) Forbrukerkjøpsloven (lovregulering av strømvavtaler)

Ot. prp. nr. 23 2006-2007 Om lov om endringer i forbrukerkjøpsloven mv

European Commission, Communication from the commission on the European Parliament, The Council, The European Economic and Social Committee and the committee of the regions: A Common European Sales Law To Facilitate cross-boarder Transactions in the Single Market. Brussel, 2011.

Avgjørelser

Forbrukerombudet. Sak nr: 06-170. 30.05.2006

Rapporter

Europe Economics, Digital Content Services for Consumers: Assessment of Problems Experienced by Consumers (Lot 1) Report 4: Final Report, London, 2011

The Gallup Organization, Flash Eurobarometer 299a, Attitudes towards cross-border trade and consumer protection, Ungarn, 2011

The Gallup Organization, Flash Eurobarometer 321, European contract law, consumer transactions, Ungarn,2011

A