

hverken til formål at opstille yderligere internationale privatretlige regler om lovkonflikter eller at berøre retternes kompetence; bestemmelser om lovvalg i den internationale privatret indskrænker ikke adgangen til at levere informationssamfundstjenester som fastsat i dette direktiv.« Efter regeringens opfattelse er bestemmelsen i artikel 1, stk. 4, til hinder for en udvidet fortolkning af afsenderlandsprincippet til også at omfatte de privatretlige regler. Det skyldes, at en sådan fortolkning ville indebære, at privatretlige tvister vedrørende kontrakter indgået på baggrund af online markedsføring omfattet af e-handelsdirektivet eller tvister vedrørende erstatning uden for kontrakt, f.eks. erstatning for nedsættende omtale af konkurrenters produkter på en hjemmeside, altid ville skulle afgøres i overensstemmelse med afsenderlandets lovgivning. Dermed ville afsenderlandsprincippet - i strid med artikel 1, stk. 4 - i realiteten indføre en lovvalgsregel, dvs. en regel om, hvilket lands lovgivning der finder anvendelse på løsning af en konkret tvist.

Bestemmelsen i artikel 1, stk. 4, blev indsat sent under forhandlingerne i Rådet, idet et stort antal lande ikke kunne acceptere Kommissionens oprindelige forslag, som indeholdt et afsenderlandsprincip, der også skulle gælde på det privatretlige område.

Direktivets afsenderlandsprincip i artikel 3 omhandler desuden hjemlandskontrol og gensidig anerkendelse af andre medlemsstaters regler inden for det koordinerede område. Det forhold, at der er tale om kontrol med informationssamfundstjenester taler til støtte for, at der alene er tale om offentligretlige regler. Indholdet af direktivets betragtning 22 peger i samme retning.

Det synes imidlertid at være en indbyrdes modstrid mellem visse af direktivets bestemmelser, og afgrænsningen af afsenderlandsprincippet kan på den baggrund rejse en vis fortolkningstvív.

Direktivet definerer i artikel 2, litra h, »det koordinerede område« som krav, der i medlemsstaternes retssystemer er fastsat for leverandører af informationssamfundstjenester eller for informationssamfundstjenester, herunder krav som tjenesteyderen skal opfylde, når han påbegynder og udøver aktivitet som leverandør. I bestemmelsen er opregnet nogle eksempler på sådanne krav, der for de flestes vedkommende peger i retning af, at der alene er tale om offentligretlige regler. Som eksempler er dog også nævnt krav, som gælder i forbindelse med kontrakter og krav vedrørende tjenesteyderens ansvar, hvilket kunne fortolkes således, at privatretten også omfattes af det koordinerede område. Direktivet indeholder desuden i et bilag tre undtagelser til afsenderlandsprincippet inden

for kontraktretten og dele af den internationale privatret, jf. nedenfor i afsnit 3.5., hvilket kunne tale i samme retning.

Embedsmænd fra Kommissionens generaldirektorat for Indre Marked har på et møde den 5. december 2001 givet udtryk for, at afsenderlandsprincippet efter deres foreløbige opfattelse også omfatter privatretten.

Flere andre lande, herunder bl.a. Sverige og Norge, synes derimod at dele regeringens opfattelse af, at afsenderlandsprincippet alene omfatter offentligretlige regler.

På baggrund af den uklarhed, som det må erkendes, at direktivet indeholder, og på grund af bemærkningerne fra Kommissionens generaldirektorat for Indre Marked har regeringen med henblik på en afklaring af de øvrige medlemsstaters holdning til spørgsmålet opfordret Kommissionen til at indkalde medlemsstaterne til et implementeringsmøde.

3.3. Gældende ret

Dansk lovgivnings territoriale anvendelsesområde

Den nationale lovgivnings territoriale anvendelsesområde vil ifølge folkeretlige principper som udgangspunkt alene omfatte det pågældende lands territorium.

Danske regler om f.eks. markedsføring finder således anvendelse på udenlandske virksomheder, der markedsfører eller leverer deres varer eller tjenesteydelser her i landet. Det er dog i retspraksis ikke fastlagt, hvornår markedsføring via f.eks. internettet kan siges at være rettet mod det danske marked. Reglerne om markedsføring findes i markedsføringsloven og anden særlovgivning om f.eks. virksomheders markedsføring af lægemidler, levnedsmidler og kemiske stoffer.

En hjemmeside oprettet af en virksomhed, der er etableret i Tyskland, er tilgængelig via internettet fra computere i alle lande, medmindre der ad teknisk vej er indlagt spærringer i forhold til bestemte lande. Selv om en tysk hjemmeside er tilgængelig for danske forbrugere, er det ikke ensbetydende med, at hjemmesiden skal overholde de offentligretlige krav, der stilles efter dansk lovgivning. Det beror på en konkret vurdering, om danske myndigheder med henvisning til varretagelsen af regler vedrørende den kollektive forbrugerbeskyttelse eller almene samfundshensyn har kompetence til at gribe ind.

Udgangspunktet er, at en erhvervsdrivendes markedsføring på en hjemmeside anses for at være rettet mod det danske marked, hvis en helhedsvurdering af forskellige faktorer indikerer dette. Ved vurderingen