

7. USIKKERHEDEN VED HANDEL PÅ WWW.....	103
7.1 HANDEL PÅ WWW.....	103
7.1.1 <i>Danske virksomheders holdninger til Internet</i>	103
7.1.1.1 Danske virksomheders interesse for handel på WWW.....	104
7.1.2 <i>Debatten om handel og sikkerhed</i>	105
7.1.2.1 Det offentliges rolle i Danmark.....	107
7.2 WEB-HOTELLER.....	110
7.3 DOMÆNENAVN.....	111
7.4 OPSUMMERING.....	112

7. Usikkerheden ved handel på WWW

I dette kapitel vil vi diskutere de yderligere forhold, som vi mener en virksomhed bør drage ind i sine overvejelser, hvis virksomheden har planer om at anvende WWW. Det drejer sig først og fremmest om nogle holdninger og udviklingstendenser, som ikke fremgår direkte ved dannelsen af vores erfaringer og væsenstyper, men som vi mener vil få stor indflydelse på den fremtidige udformning af WWW. Disse udviklingstendenser er den øgede handel og betaling på WWW, og samtidig den usikkerhed der eksisterer her overfor. Da udviklingen indenfor WWW sker så hurtigt, mener vi, at en virksomhed med planer om at anvende WWW, allerede i dag bør tage mulighederne for betaling på WWW med i sine overvejelser. Desuden vil vi til sidst i dette kapitel inddrage nogle sikkerhedsmæssige aspekter omkring domænenavne og web-hoteller, som det kan være værdifuldt for en virksomhed at overveje.

7.1 Handel på WWW

Som det fremgår af vores analyse, er det kun ti ud af de i alt 43 virksomheder vi analyserede, der blev karakteriseret som væsenstypen "Handelspladsen". I nogle tilfælde er det klart, at virksomheden ikke sælger sine produkter og serviceydelser på WWW, da det vil være fysisk umuligt eller meget besværligt. Eksempelvis vil Cabinplant ikke kunne sælge et komplet produktionsanlæg på WWW, og det ligger sikkert også stykke ude i fremtiden før ISS forhandler en større ordre hjem på WWW. Det er nok en meget naturlig reaktion, at jo større en investering der er tale om for den enkelte person eller virksomhed, eller jo mere ukendt produktet er, desto mindre villig er kunden til at indgå handlen på WWW. Dog er der mange virksomheder, der udbyder produkter, som det ville være muligt at forhandle på WWW. Her tænker vi både på produkter, der kan digitaliseres, hvorved både betaling og levering kan foregå på selve WWW, men også fysiske produkter, der kræver en forsendelse, men hvor betalingen kan ske på WWW - det man kunne kalde postordremodellen. Det kan derfor undre, hvorfor der ikke er flere virksomheder, der bruger WWW som en handelsplads. Her tænker vi ikke kun på handler business-to-business, men også på direkte salg til forbrugeren i udlandet, hvor flere distributionsled kan springes over ved at udnytte WWW's potentiale. Hvad årsagen kan være, vil vi prøve at belyse i det følgende.

7.1.1 Danske virksomheders holdninger til Internet

Det Danske Handelskammer og IT-Brancheforeningen offentliggjorde den 24. juli 1996 en undersøgelse,¹ hvor danske virksomheders holdninger til Internettet blev undersøgt. Undersøgelsen fokuserede på, hvilke problemer handels-, produktions- og servicevirksomheder vurderer, der er ved Internettet.

For det første viste undersøgelsen, at virksomhedernes viden om Internettet er øget, og at der i forhold til en undersøgelse foretaget året før, er sket et skift i virksomhedernes holdning til Internettet. Af de adspurgte virksomheder havde 40 procent allerede etableret en Internet-forbindelse, hvor det samme tal var 15 procent sidste år. Dengang var det desuden næsten 40

procent af virksomhederne, der ikke ville etablere en Internet-forbindelse indenfor et år, hvor dette tal fra undersøgelsen fra juli 1996 var reduceret til under 20 procent.

Om årsager til allerede at have eller ønsket om at få en Internet-forbindelse, sagde over 25 procent af virksomhederne, at det var for at kunne indsamle information om markedet. Over 25 procent sagde også, at det var for at nedsætte arbejdstiden ved dokumentudveksling, og 20 procent svarede at det var for at bruge Internet-forbindelsen til markedsføring. Det var kun 8 procent af virksomhederne, der angav muligheden for at skrive kontrakter over Internettet som en årsag, mens 15 procent var på Internettet for at redigere varekataloger og anden online projektredigering.

Den grundlæggende årsag - for de adspurgte virksomheder - til at have en Internet-forbindelse eller til snart at få det er altså, at bruge Internettet som et redskab til at kommunikere med. Men den information, der kommunikerer via Internettet er endnu kun relativ simpel, hvorimod Internettet i mindre udstrækning bliver brugt til mere følsom information og til at samarbejde med kunder og andre virksomheder.

I følge undersøgelsen er en af grundene til dette, at virksomhederne vurderer, at der er problemer med sikkerheden på Internettet. Således mener næsten 30 procent af virksomheder, der har eller ønsker at få en Internet-forbindelse, at der er problemer med sikkerheden, og de er derfor ikke villige til at sende det, de betragter som følsomme oplysninger, via Internettet.

7.1.1.1 Danske virksomheders interesse for handel på WWW

Det er sikkert også derfor, at handel via WWW slet ikke bliver nævnt i undersøgelsen. Enten har de adspurgte virksomheder slet ingen interesse for området, eller også er det ikke medtaget som en svarmulighed i undersøgelsen. Noget kunne tyde på det sidste, da der i pressemeddelelsen ikke står noget i retningen af, at der ikke er nogle virksomheder, der har angivet handel via Internettet som årsag til at få en Internet-forbindelse.

En anden undersøgelse lavet af Deloitte & Touche Consulting, som blev omtalt i ComputerWorld den 8. november 1996,¹¹⁹ viser imidlertid, at tre ud af fire IT-chefer mener, at der er problemer med sikkerheden i forbindelse med handel via Internettet. Det skal her bemærkes, at det ikke kun er virksomheder, der har eller ønsker at få en Internet-forbindelse, som er blevet adspurgt, men også virksomheder, der ikke umiddelbart har noget ønske om at få en Internet-forbindelse.

Der er altså ikke den store tiltro til sikkerheden på Internettet, og slet ikke blandt de adspurgte IT-chefer i Deloitte & Touche's undersøgelse. Den store forskel m.h.t. tiltro til sikkerheden i de to undersøgelser, kan forklares med, at de der har en Internet-forbindelse eller ønsker at få det, har overvundet den første skepsis, mens de der ikke har en forbindelse i overvejende grad er skeptiske. Dette passer udemærket sammen med det diskuteret i forrige kapitel, hvor det viste sig, at nogle af de virksomheder, som enten udnytter WWW som Brochuren eller Håndbogen, vil bevæge sig i retningen af en udnyttelse af WWW som Handelspladsen, når problematikken omkring sikre

¹¹⁹ Deloitte & Touche: Tvivl om Internet-handel, ComputerWorld den 8-11-1996

betalinger på WWW er afklaret. For at der kan blive tale om salg på WWW, må der derfor først ske en forbedring af sikkerheden.

Der er mange holdninger til problemerne omkring sikkerheden på WWW, og der er mange bud på, hvordan sikkerheden kan forbedres, og i det hele taget er der delte meninger om den fremtidige handel på WWW. Det følgende afsnit vil prøve at give et billede af disse delte meninger, sådan som debatten har udspillet sig i de danske medier. Vi vil tage udgangspunkt i de forskellige betalingsformer, der kan bruges på WWW, da debatten nogle gange har været præget af fordomme og begrebsforvirring.

7.1.2 Debatten om handel og sikkerhed

Der er mange virksomheder, der er interesserede i at være blandt de første med hensyn til at udvikle standarder og systemer, der kan garantere sikre transaktioner via Internettet, således virksomheder kan sende fortrolige oplysninger til hinanden, og forbrugerne kan betale for varer direkte på WWW. Endnu er der ikke nogen der kan sige, hvorvidt nogle af de standarder, der er under udvikling, vil blive dominerende, men alle er enige om, at forudsætningen for en stigning i handelen WWW er, at der skabes tillid til den elektroniske betalingsform. Paul Callahan, senioranalytiker hos Forrester Research Inc. understreger dette ved at sige, at erhvervslivet vil være tilbageholdende med at deltage i den elektroniske handel på Internettet, indtil der eksisterer en dominerende standard eller et universelt software, som understøtter mange forskellige krypterings- og transaktionsmetoder.¹²⁰

Ser man på de betalingsformer, der eksisterer i dag, er det tydeligt, at der er tale om et relativt nyt marked. Der er ikke nogen betalingsform, der endnu er så afprøvet og anerkendt, at den har dannet standard, og de betalingsformer, der eksisterer, har ofte navn efter den virksomhed, der har lanceret dem.

Betalingsformerne kan deles ind to typer. Enten sker betalingen ved efterfølgende træk på et almindeligt betalingskort/kreditkort, eller med forudbetalte elektroniske penge. Den mest anvendte betalingsform på WWW i dag er betaling med betalingskort.¹²¹

Ecash eller *DigiCash* er et eksempel på elektroniske penge. Systemet virker som en online pengeautomat. Køberen skal have en konto, hvorfra der kan trækkes digitale penge. Beløbet gemmes på køberens harddisk, og når der handles sørger software i begge ender for at trække beløbet fra købers konto, flytte det fra harddisken via Internettet til sælger, verificere det med banken, og sætte det ind på sælgers konto. Køberen er anonym i dette system, og der opgives ikke kontonumre via Internet. Ved *Cybercash* sker betalingen ved træk på kundens almindelige betalingskort. Købers kortnummer sendes krypteret til sælger, som tilføjer sin information og sender det videre til Cybercash, der igen clearer med kortudsteder og bekræfter med kunden. Herefter ekspederer køber handlen. Fordelen ved dette system er, at kontoen ligger ved den eksisterende kortudsteder.¹²²

¹²⁰ Hjortlund: Fremtidens penge er elektroniske, Børsen den 13-2-1996

¹²¹ Grønbæk: Kreditkort på Internet, internetworld den 23-8-1996

¹²² Jørgensen: Andre betalingsmåder, internetworld den 23-8-1996

I februar 1996 indgik Visa og MasterCard i et samarbejde for at udvikle en helt ny standard.¹²³ Af en artikel i ComputerWorld den 7. juni 1996 fremgik det, at de to virksomheder havde udviklet standarden Secure Electronic Transaction (SET), der bygger på en kryptering af oplysningerne.¹²⁴ Systemet er noget af det mest sikre, der endnu er set på markedet. Købers kort skal være registreret hos en SET-myndighed, og sælger skal være certificeret som SET-sælger. Når køber har handlet og skal betale, sendes en krypteringsnøgle fra sælger, der bruges til at sende en besked om betalingen til sælger. Sælger giver handelen et unikt nummer, tilføjer en digital signatur og sender det hele til køber. Køber bekræfter med en digital signatur og tilføjer sit kontonummer, hvorefter der hele returneres i krypteret form. Sælger bekræfter nu ægtheden med den digitale signatur, clearer beløbet med kortudstederen og kan derefter eksekvere ordren og sende en kvittering til køberen. Alle transaktioner i processen er altså krypteret med nøgler, der er tilfældigt genereret, ligesom alle bekræftelser er signeret digitalt.¹²⁵ Sikkerhedsniveauet er dermed ekstremt højt, men dette er måske nødvendigt for at overvinde den mistro mange har til betaling på WWW.

Den 12. juli fremgik det af en artikel i ComputerWorld,¹²⁶ at PBS (Pengeinstitutternes Betalings Service), i et vist omfang deltog i standardiseringsarbejdet, og den 26. juli kom nyheden, at PBS var indgået i et samarbejde med de to virksomheder om at køre et pilotprojekt i Danmark, hvor det bliver muligt for privatpersoner at handle hos flere danske virksomheder.¹²⁷ Ud over MasterCard, Visa og PBS deltager også Europay, IBM, Microsoft og Netscape i projektet,¹²⁸ der nu anses for at være ledende indenfor standardiseringsarbejdet.

I forbindelse med lanceringen af nyheden om PBS's deltagelse i projektet siger direktøren for PBS Per Landegaard, at det endnu ikke er sikkert at handle via Internettet:

Hidtil har vi frarådet vores kunder at offentliggøre deres kortnumre på Internet. Når det her projekt går i luften sidst på året, så har vi ikke længere nogen forbehold over for at handle på Internettet ved hjælp af internationale kreditkort.¹²⁹

Denne udtalelse reagerer advokat Martin von Haller Grønbæk på. Han kan i denne forbindelse betragtes som forbrugers forsvarer. Han udtaler:

At der skulle være en økonomisk risiko for forbrugerne ved at handle via Internet er noget vrøvl. Den risiko har udbydere og kortudstedere opfundet for at dæmpe folks lyst til at handle elektronisk. Hvis noget går galt, er det nemlig dem, der må bære tabet, ikke forbrugeren.¹³⁰

Og Grønbæk for støtte i påstanden om, at bl.a. PBS er interesseret i at dæmpe folks interesse for at handle via Internet, i det professor i jura, Mads Bryde Andersen, udtaler:

Det er rigtigt, at som Betalingsloven er skruet sammen, så er det udstederen, der hænger på risikoen. Men hvis den handlende har solgt varen uden at se et kort eller en pinkode, så vil kortudstederen sende regningen retur.

¹²³ Hjortlund: Fremtidens penge er elektroniske, Børsen den 13-2-1996

¹²⁴ Kjær: Sikkerheden er altafgørende på Internet, ComputerWorld den 7-6-1996

¹²⁵ Jørgensen: Andre betalingsmåder, internetworld den 23-8-1996

¹²⁶ Toft: Dankortet værdiløst på Internet, ComputerWorld d. 12-7-1996

¹²⁷ Krabbe: Sikker handel på Internet inden årets udgang, ComputerWorld den 26-7-1996

¹²⁸ Materiale fra PBS i forbindelse med foredraget "Indkøb og betaling via Internettet" den 26-9-1996 i Aalborg Industri- & Handelskammer

¹²⁹ Krabbe: Sikker handel på Internet inden årets udgang, ComputerWorld den 26-7-1996

¹³⁰ Krabbe: Ingen risiko ved at handle på Internet, ComputerWorld den 23-8-1996

Derfor er det vel ikke så mærkeligt, at kortudstedere og handlende prøver at dæmpe folks lyst til at handle elektronisk, indtil sikkerheden er optimal.¹³¹

PBS, andre kortudstedere, og de øvrige ret dominerende virksomheder i dette projekt, har måske derfor en del af skylden for, at der er så få virksomheder og privatforbrugere, der anvender WWW som en handelsplads, da de i egen interesse har prøvet at skabe et "skræmmebillede" af forholdene ved handel på WWW. Dermed har de givet sig selv den nødvendige tid til at udvikle et system, der hurtigt vil komme til at dominere markedet (jævnfør de virksomheder der står bag), og i mellemtiden gjort det sværere for andre og mindre virksomheder at sætte sig på markedet. Dog er Ladegaard fra PBS hurtig til at reagere, idet han mener, at kortindehaverne også løber en økonomisk risiko ved at handle på Internettet. Han skriver:

Ud fra en meget snæver og unuanceret betragtning er det rigtigt, at der ikke er en risiko for den kortindehaver, der betaler køb via Internet med sit kreditkort, med mindre der er tale om et bevidst misbrug fra kortindehavers side. Internet er imidlertid efter PBS's og andre internationale eksperters vurdering i dag klart usikkert til betalinger....for kortindehaver kan det være ubehageligt at opdage, at andre har brugt ens kort. Samtidig får kortindehaver en masse bøvl, hvis der pludselig optræder falske transaktioner på kontoudskriften, eller hvis kortet spærres.¹³²

Grønbæk mener dog stadig, at PBS burde have gjort noget mere for at minimere risikoen for misbrug, så længe der ikke er et mere sikkert system, netop fordi Internet giver mulighed for at uvedkommende kan opsnappe og læse ukrypteret information, og netop fordi kortudsteder har risikoen. Videre tror han ikke på at PBS's modvilje skyldes ønsket om at spare forbrugeren for ubehag:

For det første er der intet belæg for, at misbrug i forbindelse med handel på Internet, hverken i absolutte tal eller forholdsmæssigt, skulle være mere udbredt end misbrug i den "virkelige" verden. For det andet synes det som om, at omfanget af besvær og ubehag ved annullering af uberettiget trækninger overdrives noget. Der er jo ikke så meget at diskutere, hvis en forbruger konstaterer en uberettiget hævning, og kortudsteder ikke kan dokumentere, at forbrugeren har afgivet sin underskrift eller sin PIN-kode: Så skal trækningen annulleres.¹³³

Dette er det sidste indlæg i denne debat. Der er sikkert mange, både privatpersoner og virksomheder, der ikke vil bryde sig om at opgive ukrypterede kortoplysning på WWW, men måske er risikoen for at miste penge ved handel på WWW reelt ikke større end ved brug af kreditkort i butikker, endside ved køb via almindeligt postordrekatalog, hvor man ofte skal opgive sit kortnummer. Derimod spiller den psykologiske faktor nok ind. For mange er handel på WWW en ny, men ukendt mulighed. Kombineret med mange eksperters advarsler mod at handle på WWW, er de fleste menneskers umiddelbare reaktion derfor i mange tilfælde afstandtagen og skepsis.

7.1.2.1 Det offentliges rolle i Danmark

For at Danmark som helhed skal få del i den økonomiske udvikling som informationsfundet giver mulighed for, spiller det offentlige en aktiv rolle i denne forbindelse. I Forskningsministeriets udspil "Fra vision til handling", er den centrale idé, at den offentlige sektor skal spille aktivt sammen med den private sektor.¹³⁴ I visse tilfælde skal det offentlige ligefrem virke som en slags

¹³¹ Krabbe: Sikker handel på Internet inden årets udgang, ComputerWorld den 26.07.96

¹³² Ladegaard: Sikkerhed og tryghed ved handel på Internet, ComputerWorld den 13-9-1996

¹³³ Grønbæk: Skrækhistorier om handel på Internet, ComputerWorld den 27-09-1996

¹³⁴ Forskningsministeriet: Fra vision til handling p. 13-14

katalysator eller forgangseksempel for at "trække" de mange små og mellemstore virksomheder med i udviklingen. Internettet og elektronisk handel vil i følge Forskningsministeriet gøre markederne globale, og for at Danmark kan klare sig i denne sammenhæng, må de danske virksomheder arbejde sammen i netværk. Om dette sagde tidligere forskningsminister Frank Jensen i et interview i Politiken:

Informationsteknologien skal bruges til at lave en helt ny organisation af vores virksomheder. De skal til at arbejde sammen i netværk og alliancer for at give slutproduktet et løft i konkurrencen og gøre Danmark stærkere på det globale marked. Internet er midlet til at styrke Danmark i denne omstillingsproces.¹³⁵

Netop det offentlige og private samspil er vigtigt for maksimalt at udnytte de danske erfaringer med IT fra offentlige institutioner og private virksomheder,¹³⁶ men for at bringe Danmark i front i denne "informationsverden" må de danske virksomheder i følge Frank Jensen fokusere noget mere på elektronisk kommunikation:

En offensiv, dansk telepolitik er afgørende for bedre og billigere tjenester, men virksomhederne har også selv en forpligtelse til at se mulighederne. De skal turde eksperimentere og bryde de gamle strukturer ned.¹³⁷

For at fremme udbredelsen af Internettet er et af regeringens mere konkrete tiltag et krav om, at offentlige indkøb for i alt 90 milliarder kroner skal foregå via Internettet. Bl.a. skal det være muligt med en elektronisk underskrift, som betyder en mere sikker og juridisk bindende handel på Internettet. Sikker handel på Internettet skal altså ses som et led i regeringens handlingsplan for informationssamfundet, og kravet om handel for 90 milliarder via Internettet skal virke som en katalysator for at øge den elektroniske handel i dansk erhvervsliv. Tidligere forskningsminister Frank Jensen udtrykte det på denne måde:

Både købere og sælgere skal kunne se de økonomiske fordele, og indkøb for 90 milliarder kroner kan trække mængden op over den kritiske masse.¹³⁸

Brugen af Internettet, hvor danske virksomheders samarbejder i netværk og alliancer, samt muligheden for betaling via Internettet er ifølge Frank Jensen en af forudsætningerne for at Danmark kan omstille sig til og klare sig i den internationale konkurrence.¹³⁹ Det er i denne forbindelse værd at bemærke, at den tidligere forskningsminister ikke nævner mulighederne for, at danske virksomheder kan samarbejde med eksempelvis "beslægtede" udenlandske virksomheder via Internettet, men stadig ser de nationale grænser som en afgrænsning af markederne - det er stadig "dem" og "os" det handler om. Dette bunder måske i politiske hensyn, samt erkendelsen af mere praktiske problemer, som endnu ikke er løst med hensyn til statens rolle ved handel via Internettet.

Sideløbende med diskussionen om sikkerheden har der nemlig meget apropos kørt en anden diskussion omkring det offentliges rolle i forbindelse med privatpersoners betaling af moms på varer, der er leveret fra udlandet via Internet. I følge Told & Skat skal software, der hentes ned fra

¹³⁵ Lindberg: Minister vil handle elektronisk, Politiken den 2-10-1996

¹³⁶ Forskningsministeriet: Fra vision til handling p. 38

¹³⁷ Lindberg: Minister vil handle elektronisk, Politiken den 2-10-1996

¹³⁸ Lindberg: Minister vil handle elektronisk, Politiken den 2-10-1996

¹³⁹ Lindberg: Minister vil handle elektronisk, Politiken den 2-10-1996

en server i udlandet, ikke belægges med told eller importmoms. Told & Skatteregion Køge har i en konkret sag sagt:

Software, der forsendes via Internet, anses ikke som en vare, og skal derfor ikke angives til fortoldning. Som en følge heraf skal der heller ikke beregnes importmoms.¹⁴⁰

Men det er ikke kun software, som hentes hjem via Internettet, der ikke skal betales moms af. Også software, der importeres på diskette kan købes momsfrit, da EU-lovgivningen siger, at det kun er databæren, altså disketten, der skal fortoldes.¹⁴¹ Dog pointerer kontorchef i Told & Skat, Børge Aagaard Pedersen, at Told & Skat ikke har opgivet at indkræve momsen:

Det er korrekt, at software der hentes over nettet, ikke anses for at være en vare: Der er imidlertid tale om, at man får leveret en ydelse, som er momspligtig. Når man importerer en ydelse er det imidlertid ikke køberen, men sælgeren, altså den udenlandske virksomhed, der skal opkræve og afregne momsen.¹⁴²

Får man softwaren leveret på diskette med posten skelner Told & Skat mellem to situationer, hvorom Børge Aagaard Pedersen siger:

Hvis programmet er standardsoftware, for eksempel en office-pakke, så er hele forsendelsen en vare, der skal momsberigtiges. Hvis programmet er specielt udviklet til køberen, er det kun databæren, som betragtes som en vare. Selve programmet anses her for at være en ydelse. Her vil det altså igen være sælgeren i udlandet, der skal indeholde og afregne momsen.¹⁴³

Advokat Martin von Haller Grønbæk er dog ikke enig i, at det er den udenlandske sælger, der skal tilbageholde og indbetale momsen til den danske stat. I et indlæg i ComputerWorld skriver han:

Der er ikke hjemmel i den danske momslovgivning til at kræve momsen indbetalt som udgående moms fra den [udenlandske sælger] til en kunde i Danmark. Og hvad værre er: Toldvæsenet vil heller ikke med lovhjemmel have nogen praktisk mulighed for at opkræve momsen, endsiige at kontrollere om momsen var rigtigt opgjort.¹⁴⁴

Og senere i indlægget fortsætter han:

Ved det direkte salg påhviler pligten til at betale moms af [varen] den danske forbruger, der indfører [varen] til Danmark. Det er forbrugeren, der på eget initiativ skal anmelde indførslen over for de danske Told- og skattemyndigheder og afregne momsen. Forpligtelsen til at betale moms er klar og entydig nok.¹⁴⁵

For Grønbæk er momslovgivningen altså klar nok, men problemet er, hvorvidt forbrugerne frivilligt anmelder og afregner momsen. For privatpersoner er der nemlig (ulovlige) penge at spare, i det de jo ikke kan modregne momsen ligesom virksomhederne. Igen er problemet endnu ikke så stort, da salget på WWW endnu er ret begrænset, men når sikre betalingsformer er udviklet, så vil staten miste store summer i moms. Den helt store forretning vil komme, når forbrugerne vil kunne downloade f.eks. videofilm og musik over WWW, men p.g.a. hastigheden på Internettet ligger dette stadig et stykke ude i fremtiden. Som Stoll udtrykker det i sin bog "Silicon Snake Oil":

During the daytime, it's almost always faster to fax a single-page letter than to send Internet e-mail. A fast modem needs three days to deliver the contents of an ordinary compact disc. It's must faster to bicycle across the city or simply slide the CD into overnight mail.¹⁴⁶

¹⁴⁰ Harbou: Told & Skat: Software er ikke nogen vare, ComputerWorld den 6-9-1996

¹⁴¹ Harbou: Told & Skat: Software er ikke nogen vare, ComputerWorld den 6-9-1996

¹⁴² Harbou: Told & Skat: Vi skal nok få fat i momsen, ComputerWorld den 13-9-1996

¹⁴³ Harbou: Told & Skat: Vi skal nok få fat i momsen, ComputerWorld den 13-9-1996

¹⁴⁴ Grønbæk: Glem alt om moms på Internet-handel, ComputerWorld d. 13.09.96

¹⁴⁵ Grønbæk: Glem alt om moms på Internet-handel, ComputerWorld den 13-9-1996

¹⁴⁶ Stoll: Silicon Snake Oil, p. 16

Det er dog vigtigt at gøre sig klart, at staten ikke kun kan miste store beløb ved produkter, der sælges direkte på WWW, men i realiteten også ved produkter, der eftersendes med almindelig post. Udviklingen går altså stærkere end de nationale og overnationale myndigheder i realiteten kan nå at følge med, og situationen er et eksempel på, at traditionel lovgivning og tænkemåde ikke er tilstrækkeligt ved handel på WWW. Måske er moms en beskatningsform, der har overlevet sig selv, og staten bør måske se sig om efter alternative indtægtskilder i stedet for at håbe på, at udenlandske virksomheder vil tilbageholde og indbetale moms til den danske stat, eller at køberen frivilligt indbetaler moms.

Den 11. oktober 1996 fremgik det af en artikel i ComputerWorld, at skatteminister Carsten Koch vil nedsætte et udvalg, der skal se på problemets potentielle omfang og komme med forslag til løsninger. Udvalget er nedsat efter en opfordring fra IT-Brancheforeningen, der gerne ser "bit-momsen" fjernet. Direktøren for IT-Brancheforeningen, Jacob Lyngsø, siger:

Det vil være helt oplagt at fjerne moms på levering af bit over Internet til forbrugerne. Hvordan vi så løser problemer, der vil opstå, når danskere kan købe fysiske produkter uden moms har vi endnu ikke nogen holdning til. Det skal først analyseres.¹⁴⁷

Selv "eksperterne" er altså i tvivl om, hvordan problemerne skal gribes an, men alle parter er efterhånden enige om, at handel på WWW også rummer nogle usikkerhedsmomenter og praktiske problemer, der er vanskelige at løse indefor de eksisterende rammer.

7.2 Web-hoteller

Et andet sikkerhedsaspekt er, hvor virksomhedens WWW-sider rent fysisk skal placeres. En virksomhed kan godt have sit eget WWW-sted uden selv at have en server, der er koblet til WWW, og dermed spare de udgifter der er forbundet hermed. I stedet kan virksomheden leje sig ind på web-hoteller, hvor man lejer harddisk-plads og adgang til båndbredde hos en Internetudbyder. Der findes i branchen tre dominerende modeller.

Visitkort-modellen, hvor virksomheden blot er repræsenteret på WWW med to-tre sider. Stedet skal ikke stille for store krav til vedligeholdelse, der må ikke være ret meget grafik og den daglige trafik skal være begrænset. Desuden er det ikke muligt for brugeren at "foretage" sig noget på stedet - udover måske at sende en e-post til virksomheden. Ved denne løsning er der mulighed for at få sit eget domænenavn. Næste trin på stigen er *brochure-modellen*, hvor der er lidt flere muligheder for virksomheden, og hvor der er plads til lidt mere af det hele. Eksempelvis er der mulighed for, at virksomhedens produkter præsenteres ved tekst og billeder, og brugeren har måske mulighed for at bestille yderligere information, medvirke i forbrugerundersøgelser, konkurrencer, læse pressemeddelelser etc. Ved brochure-modellen får virksomheden sit eget domænenavn. *Katalog-modellen* ligner på mange måder brochure-modellen, men er kendetegnet ved at være et mere interaktivt WWW-sted med en mere omfattende service. Virksomheden kan eksempelvis hele tiden have opdaterede prislister og produktkataloger på stedet, og brugeren kan måske downloade

¹⁴⁷ Marquart: Udvalg ser på moms i info-samfundet, ComputerWorld den 1-10-1996

billeder og programmer. Et mere organiseret salg via stedet kan også være en mulighed. Her får man selvfølgelig også sit eget domænenavn.

Det nyeste produkt Internet-udbydere har sendt på markedet er *server-hotel-modellen*, der kan betegnes som skridtet før etableringen af egen server. Med server-hotel-modellen har virksomheden sin egen PC stående hos Internetudbyderen, og er sluttet direkte til udbyderens båndbredde, og slipper derfor selv at investere i en effektiv båndbredde ud til virksomheden. Samtidig har virksomheden fuld råderet over sit WWW-sted med hensyn til brug af plads etc.¹⁴⁸

Det er her vigtigt at bemærke at disse fire typer web-hoteller, navnene på disse, og hvad de må indeholde af tekst og grafik etc., ikke må forveksles med de væsenstyper vi har dannet. Vi kan på baggrund af ovenstående gennemgang konkludere, at for virksomheder af væsenstypen Brochuren kan virksomheden nøjes med web-hoteller af modellerne visitkort og brochure, hvor virksomheder af væsenstypen Håndbogen passende kan anvende web-hotel af modellen katalog. Dette er også tilfældet for virksomheder af væsenstypen Handelspladsen, som også med fordel kan anvende et web-hotel af modellen server-hotel.

Hvilken web-hotel-model virksomheden vælger vil naturligvis afhænge af, hvilke behov virksomheden har. Men dette behov begrænses nok af, hvor meget virksomheden er villig til at investere i projektet, og hvilken erfaring der findes i virksomheden med at udvikle og vedligeholde et WWW-sted. Har virksomheden sin egen server, har man større kontrol over sit sted, og har selv mulighed for hurtigt at rette fejl i systemet, men det er til gengæld ofte forbundet med større udgifter i forhold til at leje sig ind hos en Internetudbyder. Desuden indebærer det en større risiko at have sin egen server i virksomheden, da denne jo typisk vil være en del af virksomhedens øvrige edb-system. Er der blot en enkelt forbindelse mellem WWW-stedet og virksomhedens øvrige edb-system, er det nok til at uvedkommende udefra kan koble sig på systemet, og få adgang til informationer de aldrig skulle have set. Benytter man sig derimod af et web-hotel, vil man aldrig få problemer med dette aspekt af sikkerheden, hvilket også er grunden til at flere - også meget store - virksomheder, af principielle grunde kun benytter web-hoteller.

7.3 Domænenavn

Et sidste sikkerhedsaspekt er købet af domænenavn. Antallet af virksomheder med eget domænenavn stiger kraftigt for tiden. En del af tilgangen skyldes, at flere virksomheder får sin egen faste forbindelse, eller bliver tilsluttet via et web-hotel. Men resten af tilgangen skyldes, at flere og flere virksomheder vil sikre firmanavnet for en eventuel fremtidig opkobling til WWW. Det er selvfølgelig muligt at være på WWW uden sit eget domænenavn, da man blot kan bruge sin netudbyders navn, men det ser selvsagt noget mere professionelt ud, når virksomhedens eget navn indgår i URL'en og e-post-adressen. Med eget navn er det også muligt at skifte fra en udbyder til en anden eller fra en udbyder til egen server, uden at forbrugeren mærker det, i det virksomheden kan beholde sit navn. Det er brancheforeningen "Foreningen af Internet-udbydere i Danmark" der fastsætter reglerne for tildelingen af domæne, og kun firmaer og organisationer kan få tildelt et

¹⁴⁸ Vanglo: Virksomhedens eget web-sted, internetworld den 23-8-1996

domænenavn, mens det ikke er muligt for privatpersoner. Desuden er det kun muligt at få tildelt ét navn per firma eller organisation med mindre der er tale om et datterselskab.¹⁴⁹ Endeligt må navnet ikke være geografisk, betegnelsen for en branche eller navnet på et begreb.¹⁵⁰

Har man brug for mere end et dansk domænenavn, altså mere end et navn med endelsen “.dk”, bør man være opmærksom på, at mange udenlandske firmaer opkøber domænenavne, hvor danske firmanavne indgår, men blot har endelsen “.com”. En adresse med denne endelse bruges, når en WWW-sted skal kunne nås over hele verden af søgerobotter og emneindeks. Eksempelvis er navne som “jyskebank.com”, “topdanmark.com” og “baltica.com” blevet opkøbt af firmaer i Hong Kong.¹⁵¹ Typisk bruges sådanne opkøbte navne til at “lokke” folk, der eksempelvis søger oplysninger om Jyske Bank, til andre WWW-steder, eller også bliver de solgt for højeste bud.

Det er naturligvis ærgerligt hvis en virksomhed ikke har “sit eget” navn i URL'en, da der ligger en stor markedsføringsværdi i dette. Værre er det, hvis en konkurrent har opkøbt ens navn, og dermed tiltrækker potentielle kunder, der oprindeligt søgte på ens virksomhedsnavn. Overvejer man derfor at markedsføre sin virksomheds WWW-sted internationalt, bør man ikke tøve med at købe det domænenavn, man er interesseret i.

7.4 Opsummering

Dette var forhold vi mener det vil være essentielt at overveje for en virksomhed i forbindelse med anvendelsen af WWW. Vi vil nu kort summere op på disse forhold.

Den psykologiske usikkerhed omkring sikre betalingsmidler på WWW søges afløst af forskellige samarbejdspartnere, der udvikler sikre systemer til betaling på WWW. Umiddelbart vil SET-modellen med anvendelsen af betalingskort sammen med software formodentlig blive standarden. Dette indebærer besværligheder for både køber og sælger, som skal installere ekstra software, samtidig med at sælger skal godkendes af en SET-myndighed. Dette sikrer selvfølgelig partnerne bag SET-projektet en fremtidig indtjening, hvilket er væsentligt for dem. Desuden kan både køber og sælger foretage en handel indefor nogle sikre og godkendte rammer. Dette, sammenholdt med opbakningen fra det offentlige side, vil nok betyde, at vi ser flere virksomheder af væsenstypen Handelspladsen i fremtiden.

Hvis en virksomhed vil anvende WWW som et marked, indebærer dette, at virksomheden skal undersøge endnu et ny og ukendt område. Løser det offentlige imidlertid problemerne omkring betaling af momsen, må vi antage, at virksomhedernes bestræbelser på at skabe en International handelsplads på WWW vil give nogle helt nye situationer for virksomhederne. Dette vil både indbefatte nye muligheder og trusler for virksomhederne. Denne diskussion må også betyde, at nogle af de danske virksomheder, som hidtil kun har koncentreret sig om hjemmemarkedet, nu er

¹⁴⁹ Mose: Domæner giver identitet, internetworld den 23-8-1996 og Vanglo: Virksomhedens eget web-sted, internetworld den 23-8-1996

¹⁵⁰ Uni-C, Danmarks edb-center for forskning og udvikling: Regler for domæne-registrering under DK-top-domænet, den 14-10-1996

¹⁵¹ Marquart: Udenlandske selskaber kaprer danske firmaers Internet-navne, ComputerWorld den 4-10-1996

nødt til at forholde sig til den internationale konkurrence. Samtidig vil alle virksomheder opleve en større gennemsigtighed i verdensmarkedet. Således udtrykker lederen af den tyske udenrigshandelsorganisation, Michael Fuchs, sig:

...nettet er skyld i, at tysk industri taber markedsandele i udlandet, fordi kunderne via nettet nemt finder frem til billigere og bedre konkurrenter.¹⁵²

Med andre ord, vil sikre betalingsmidler betyde, at WWW som et internationalt marked breder sig, og dette vil påvirke alle typer af virksomheder.

Desuden bør virksomheden også gøre sig overvejelser omkring den sikkerhed den ønsker at have omkring sit WWW-sted, set i forhold til de mål og hensigter den har med WWW-stedet, og i forhold til de investeringer virksomheden er villig til at foretage. Desuden er det vigtigt for sikringen af den internationale markedsføring af virksomhedens WWW-sted, at den sikrer sig et ".com" domænenavn.

7.1 Referencer der forefindes på World Wide Web

- i **Pressemeddelelse vedrørende medlemsundersøgelse om Internet:**
<http://www.it-assoc.dk/nyt/pres0725.htm>

¹⁵² Jensen: Internet ødelægger handel - Kunderne finder frem til billigere tilbud på nettet, Politiken den 1-4-1996