

# Elektronisk handel i det danske samfund

## -et projekt i Teknologirådet, gennemført i perioden juni til november 1998

Det er en almindelig forventning, at elektronisk handel vil få et meget betydeligt omfang i det danske samfund og i den samlede verdenshandel. Teknologirådets projekt har udviklet en række forslag til den nationale handlingsplan om elektronisk handel, som erhvervs- og forskningsministeriet arbejder på.

I projektet er gennemført et fællesskabsværksted den 1.-3. oktober 1998, hvor forskellige interesser var samlet for at finde fælles forslag. Fra projektet findes

- [Værkstedets resultater](#): en sammenfatning af deltagernes forslag og anbefalinger
- [Fællesskabsværkstedet](#): en introduktion til den særlige mødeform
- [Artikler om elektronisk handel](#) som blev udsendt til deltagerne inden værkstedet

## Projektet

Projektgruppen i Teknologirådets sekretariat var: Anita Albech, projektsekretær, Inger Marie Dyrberg, projektmedarbejder og Steffen Stripp, projektleder.

Værkstedets resultater er formidlet til Folketing og regering i nyhedsbrevet "[Fra rådet til tinget nr. 120: Elektronisk handel i det danske samfund?](#)".

# Værkstedets resultater

- Katten ud af sækken
- Sikkerhed er betingelsen

---

## Katten ud af sækken

Der var mange sammenfald i de bud til en fremtid med elektronisk handel, som de tværgående grupper gav. Gennemgående var holdningen, at vi ikke vil købe katten i sækken, og derfor må trygheden omkring den elektroniske handel sikres. Den tid, der vindes, skal give mere livskvalitet

## Saglighed, troværdighed, tillid

Grundlæggende er der brug for tryghedsskabende foranstaltninger. Det kan f.eks. dreje sig om offentlig regulering, erhvervslivets selvregulering gennem certificeringsordninger og oplysninger til forbrugerne via forbrugernetværk. Eller man kan udbygge ordninger med mæglere, hvor en uvildig trediepart går ind og anbefaler forhandlere. SnabelG blev en samlebetegnelse for tryghedsskabende ordninger omkring betaling og varekvalitet, og der var bud på uvildige tredieparter både som forbrugerorganisationer og statsinstitutioner og som nyt forretningsområde, hvor forbrugernes krav på uvildige bedømmelser, kvalitetsstempler, garantiordninger m.m. blev opfattet som grundlag for opblomstring af et nyt forretningsområde.

Bag den fælles understregning af behovet for tryghedsskabende foranstaltninger lå en enighed, ligeledes på tværs af interesser, om at vi siden 50'erne i takt med den tekniske udvikling har fået et fald i den personlige betjening. Og en forventning om, at udviklingen i den elektroniske handel yderligere vil skabe afstand til varen og sælgeren og dermed medføre en faldende tillid. Medmindre der netop sættes bevidst ind her, for mange så en løsning på tryghedsproblemet som en betingelse for, at e-handlen overhovedet kan udvikle sig.

Tryghed drejer sig ikke kun om, at man skal kunne sikre sig den rigtige vare til den rigtige pris - også en række generende muligheder i misbrug af nettets oplysninger skal vi kunne sikre os imod:

- det skal være muligt at blive fri for aggressiv markedsføring, der fokuserer på forbrugerprofiler, som opbygges ud fra opsnappede data fra nettet
- handel med personoplysninger skal kontrolleres - vi vil ikke afvises af et forsikrings-selskab, fordi de har købt oplysninger om vores indkøbsvaner (f.eks. cigaretter)
- vi skal kunne afvise uønsket elektronisk post med såkaldte SPAM-filtre

## Tid, komfort og livskvalitet

Det giver mulighed for en bedre tilværelse, når vi vinder tid

- der kan spares megen tid på indkøb via elektronisk handel, men måske kræver det, at samfundet investerer i centraliseret distribution
- der kan spares megen tid ved at afskaffe trivielle rutiner. Det offentlige kan gå foran med at digitalisere en masse indberetninger og tilbyde digitaliserede services
- der kan spares megen tid på trivielt arbejde, hvis elektronikken konsekvent udvikles til at overflødiggøre de trælse rutiner (lad computeren holde øje med, hvornår der mangler mad i køleskabet eller toiletpapir på hylden)

## Fleksibiliteten breder sig

En af de nye muligheder, som udbredelsen af nettet giver, er udbredelsen af hjemmearbejdspladser. Det åbner for en fleksibilitet, som kan føre videre i en afskaffelse af den faste arbejdstid.

## Vælg globalt, køb lokalt

Det handler om at bevare de lokale indkøbsmuligheder, som mange var bekymrede over at skulle miste. Der blev formuleret det enkle krav, at der skulle være indkøbsmuligheder efter behov, så man selv kunne bestemme, om man ville købe ind via skærmen eller foretrak at besøge et showroom, hvor man kunne se og føle på de udstillede varer. En idé var at oprette lokale servicecentre, som skulle levere varer bestilt over nettet. De skulle også bredere kunne opfylde et ønske om mere generelt at udbrede storbyens bekvemmeligheder til lokalsamfund.

## Overskuelig viden fra nettet

Der er uendelige mængder af viden på nettet i dag - det tager bare urimeligt lang tid at finde oplysningerne, hvis man da nogen sinde finder dem. Der er brug for, at nogen opbygger virksomheder, der sælger viden, så man kan få den lynhurtigt. Når viden er det centrale i fremtidens samfund, bliver det vigtigt at adgangen til den bliver meget nemmere.

## Brug nettet til fællesskab

Vi må hindre, at nogen falder ud, så vi får et fragmenteret samfund. Men nettet kan også bruges som kontaktsted og ramme om fælles oplevelser, uddannelse m.m. Det er afgørende, at alle har samme sprog og forstår, hvad der foregår. Og alle skal have gratis adgang til nettet fra bibliotekerne.

Men der er også brug for at sikre sociale fællesskaber, lokale og jobmæssige, ved siden af de digitale. Og så skal der være et tilbud om IT-coaching til mennesker, der af den ene eller anden grund ikke følger med IT-udviklingen, og som ikke skal stilles ringere af den grund.

## Uddannelse og tilvænning

Uddannelse er helt afgørende for, at mange kan følge med i de nye muligheder. Trods massive diskussioner om internettet, har et stort antal danskere aldrig været på det. Det er også meget vigtigt, at folkeskolen kommer med, så lærerne kan informere om edb.

## Konkurrenceevne giver indflydelse

Mange pegede på vigtigheden af at være med længst fremme i udviklingen af informationsteknologien. Fra den position er der størst mulighed for at påvirke standarder og fremtidens samfund.

## Gruppernes flip over

Fra gruppernes flip over's neden for blev sammenfattet seks fælles temaer:

- Kvalitetstid
- Tryghed og tillid
- Valgmuligheder
- Kvalificering
- Dansk konkurrenceevne / velfærd
- Fælleskaber

som skal ses fra vinklerne

- Individ
- Erhverv
- Samfund

Hvad ønsker vi	Hvordan?
1) Kommunikation med hvem-som-helst, hvor-når-som-helst og når-som-helst	1) Personlig opkobling, større båndbredde og billigere teleydelser
2) Nem brugergrænseflade	2) Forbrugerdrevet
3) Indkøbsmuligheder efter behov	3) Flere forretninger udbyder e-handel
4) Væk med trivielle rutiner for borgere og virksomheder	4) Digital offentlig service
5) Umiddelbar adgang til viden	5) Søgerobotter mv.

Hvad vil vi have	Hvordan
Saglighed Troværdighed Tillid	- kombination af regulering, certificering og oplysning - uafhængige mæglere - forbrugernetværk

Tid Komfort Livskvalitet (at være tjekket)	- elektronisk personlig assistent - mere kapacitet - faldende priser pga konkurrence/regulering
<b>What we want</b>	<b>How we do it</b>
Kvalitetstid/fritid	Spare tid på indkøb: - centraliseret distribution - e-commerce
Fleksibilitet	Drop fast arbejdstid - øge hjemmearbejde
Øge brugerbeskyttelse	Automatisk styring / kontrol Filtre / blacklistning
Uddannelse	Teleuddannelse (hvorsomhelst/nårsomhelst)
<b>Ønsker?</b>	<b>Hvordan?</b>
Tryghed	[snabel g] Troværdighed omkring - betalinger - total varesikkerhed - personlige valg m.h.t. information - info-udveksling
Info-frihed	[snabel i] Borgerregister: - du bestemmer selv hvad du får målrettet info om
Udannelse	[snabel u] - folkeskolerne omstilles - teaching -> learning - individuelle, videregående uddannelser
Dansk konkurrence evne	[snabel dk] - uddannelsesplatform - først med alle "snabler" - høj omstillingsevne, tolerance fleksibel lovgivning
Socialt ansvar	[snabel f] - sikre fortsatte fællesskaber (lokalt/jobmæssigt) - IT-coaching (fra de sociale myndigheder) - gratis netadgang (f.x. biblioteker, posthuse)
<b>Hvordan</b>	
Afskaffe arbejde - civilisation Teknologisk udvikling - den røde tråd	
<b>Hvordan sikre fællesskab</b> Taler "samme sprog" Uddannelse og kvalifikation Fællesoplevelser	

<b>Valgmuligheder</b> Flere tilbud (bredt marked) Flere udbydere Ingen teknologisk diktatur	
<b>Muligheder for at sige fra/til</b> Spam-filter Handle med personlige data Klubber	
<b>Hvad vi vil</b>	<b>Hvordan</b>
Faste fælles telestandarder	Samarbejde i ISO-regi
Billig, bedre telekommunikation	Teleliberalisering
Trygge rammer for køb	Frivillige aftaler, kodeks nationalt, regionalt og internationalt Troværdig 3
Lokale indkøbsmuligheder, men samtidig globalt udbud (Vælg lokalt - hand'l globalt)	Ved at knytte servicecentre til
Udstrækning af storbyens bekvemmelighed til landområder	Teknologisk udvikling
Mere kvalitetstid	

## Sikkerhed er betingelsen

Synet på e-handel afhænger af interesser - men alle accepterer, at forbrugernes behov for sikkerhed skal løses.

### Borgerne

*Sikkerheden* skal være i orden, før vi vil gå ind i elektronisk handel. Det kan organisationerne ikke klare, så det må være en statsopgave, og her har Danmark til gengæld en mulighed for at være først og dermed sikre sig en frontstilling, når det gælder markedet for sikkerhedsordninger. Vi har et godt udgangspunkt med vores gode tradition for forbrugerbeskyttelse. Det er vigtigt, at det går stærkt.

- der er også brug for en offentlig netkonsulentordning, der kan hjælpe små og mellemstore virksomheder til at komme med på nettet
- vores distributionsnet må ændres, når transportmønstret bliver mere ustruktureret, som vi må forvente
- der er også behov for forskningscentre, som arbejder målrettet på at finde frem til handlingsplaner
- handelstrygheden skal fremmes gennem global lovgivning, der skal sikre forbrugerhensyn og hindre plat på nettet

På alle disse områder skal staten ind og spille en aktiv rolle, fordi det går for langsomt, når vi overlader tingene til organisationerne og det private initiativ.

Folkeskolen skal søge for eleverne fra de 40% af hjemmene, der ikke har en computer, så de ikke sækker agterud. Hele lærersystemet skal redefineres, og der er brug for støtte til undervisningssoftware. Vi skal videre i udviklingen af den livslange uddannelse, og der skal opbygges uddannelser, der direkte handler om elektronisk handel.

*Kvalitetstid* er der udsigt til, og det kræver, at vi vænner os til fleksibilitet i organisationer, på arbejdspladser, i hjemmet osv.

*Fællesskaber* skal have støtte, så Foreningsdanmark fortsætter, og vi skal sikre mødesteder og gennemtænke boformer, der styrker det sociale.

*Valgfriheden* skal sikres, så folk har lov at sige fra over for de digitale systemer uden at miste rettigheder.

## **Erhvervsudøvere**

*Kvalitetstid* kan vi målrettet opnå ved:

- at få den offentlige sektor gennemdigitaliseret, så man kan få offentlig service hvor-som-helst og når-som-helst og på ethvert område. Går den offentlige sektor foran her, så vil det være en kolossal indsats for at give mere kvalitetstid både til virksomheder og til en masse private mennesker
- at fastholde konkurrencen omkring telenettet på en måde, der styrer udbuddet og modvirker monopolisering, så vi kan få båndbredden op og telepriserne ned - det er forudsætningen for hele denne her revolution, vi snakker om

*Tryghed* er noget vi som erhvervsudøvere lægger stor vægt på, fordi det skal til, for at folk vil bruge systemet. Kravet er:

- at brugergrænsefladen bliver nemmere og mere overskuelig - det er en meget vigtig tryghedsfaktor
- at støtte den nye registerlov, som giver erhvervslivet en række nye muligheder, der hidtil har været ulovlige, men som er bedre end risikoen for, at registreringerne kører fra lande uden regler, så enhver tryghed forsvinder
- at få et frivilligt borgerregister, hvor folk, der gerne vil det, kan lade deres interesser registrere. Vi vil gerne lade dem, der ikke gider høre om havemøbler, være i fred
- at få en certificeringsordning der kan vidne om kvalitet, fordi det ellers bliver de store, veletablerede mærker, der løber med det hele
- at få informationskampagner om, hvad der er farligt og ufarligt på nettet, så folk kan være trygge
- at få sikre betalingsformer, hvad der ikke behøver indbefatte dankortet

*Kvalificering* kræver først og fremmest en massiv satsning i folkeskolen. Men vi skal også have en folkeuddannelse, dvs. en indsats for at alle kan lære at bruge de nye medier. Endelig er der brug for at uddanne virksomhedslederne, der jo skal tage beslutningerne om, hvordan de nye systemer skal indføres.

*Vækst og konkurrenceevne* afhænger af, at vi får nogle regler, der gælder internationalt.

*Fællesskaber* kan få ny form, når man mødes i interessegrupper på nettet, og handel og interessegrupper smelter sammen. Desuden vil vi se rådgivning fra forbruger til forbruger.

## Fagforeningerne

Livslang kvalificering fra vugge til grav bliver endnu vigtigere. Det skal være et offentligt ansvar hele vejen.

Rammerne omkring forbrugerbeskyttelse og betalingsformer skal klares ved lovgivning, hvis organisationerne ikke selv kan finde ud af det. Det er velfærdstruende, at rammerne ikke er sikret, fordi mange virksomheder kun venter på det.

Teleliberaliseringen skal fastholdes, så vi ikke får nye monopoldannelser.

Vi vil selv gøre en indsats for at udvide vores medlemmers brug af IT, og vi vil generelt arbejde for, at vores medlemmer er omstillingsparate. Vi føler også et ansvar for at være sociale garantier i forandringsprocessen.

## Erhvervsrepræsentanterne

Det er en samfundsopgave at sørge for en infrastruktur med den nødvendige båndbredde og sikkerhed omkring betaling og transaktioner og at sørge for et højt kompetenceniveau omkring IT i befolkningen. Der skal forhandles globale regler, og vi har brug for en stabilitet i reguleringen som grundlag for et godt investeringsklima.

Vi skal selv samarbejde bedre både på organisationsniveau og på virksomhedsniveau. Derfor har vi på organisationsniveau startet en kaffeklub, der sørger for at afstemme synspunkter og holdninger om elektronisk handel. Vi vil arbejde for, at erhvervslivet bliver mere bevidst om hvad, hvordan og hvorfor i forhold til e-handel. Desuden må vi finde ud af, hvordan kapital, der er bundet i faste aktiver i højere grad kan investeres i noget virtuelt - det kræver større investeringsvillighed i erhvervslivet, i bankerne og i fondene. Endelig må vi kunne lave en selvregulering, så brugerne i højere grad bliver trygge. Det kan være ankenævn eller forbrugeroplysning, hvor brugerne kan finde de nye beskyttelsesmuligheder eller de nyeste softwarepakker til at låse for SPAM osv.

Brugerne skal have retningslinier, der kan opfattes som beskyttelse, enten de kommer fra os eller fra samfundet. De skal også have uddannelse, så de selv kan sikre sig.

## Ekspertene

*Gennemsigtighed* af markedet. Det er ikke noget, der sker af sig selv på et elektronisk marked. Det kræver en struktur med forskellige former for mæglere, der kan sammenholde forskellige tilbud på en kvalificeret vis.

*Infrastruktur* Den elektroniske kommunikation skal være billig, og der skal være masser af terminaler med netopkobling. Men derudover er det nødvendigt at opbygge en infrastruktur, der kan sørge for den fysiske transport af de varer, der bliver handlet over nettet.

*Fællesskaber*. En mulig virkning af e-handel er, at den lokale butiksstruktur bliver truet. Den har dog



nogle funktioner f.eks. præsentationen af varerne, som skal erstattes på en eller anden måde. Derfor vil der være behov for community centers, hvor man måske kan hente sine varer, og hvor man også kan få det, man glemte at købe på nettet. Det er vigtigt med et samspil mellem det lokale samfund og den globale adgang til varer på nettet (vælg globalt, handl lokalt).

Der er også behov for, at borgergrupper (fysiske eller elektroniske) udveksler oplysninger om, hvad der er af muligheder på nettet.

*Kompetence.* Der er behov for:

- videnscentre (forskningsinstitutioner og interessegrupper)
- steder hvor den lokale forbruger kan henvende sig om de juridiske rettigheder, om hvordan computeren sættes op osv.
- e-handel eksperimentarium, hvor man kan vise, hvordan man handler på nettet.

## Forbrugerrepræsentanterne

*Kvalitetstid* kan opnås ved

- fleksibelt arbejdsmarked
- større muligheder for at handle elektronisk
- lokal distribution
- bedre mulighed for udnyttelse af spildtid

Spildtiden bliver måske mindre, når man slipper for at køre til supermarkedet og stå i kø.

*Tryghed og tillid* Der skal være klare regler for udvekslingen af personoplysninger og sanktioner ved misbrug. Virksomhedernes markedsføring skal kunne certificeres, så forbrugeren kan være sikker på, at den lever op til krav om sandfærdighed, anstændighed mv. Desuden skal der være uafhængig produktinformation, så man kan klikke på varen og få reel oplysning om, hvad der er i varen, herunder e-numre, plastikindpakning osv., og oplysningerne skal bevidnes af en troværdig, overordnet myndighed.

*Valgmuligheder* Der skal sikres reel konkurrence inden for teleområdet, distribution og butikker. Det skal også være muligt at fravælge reklamer og afgivelse af personoplysninger, uden at det indskrænker de muligheder, man har.

*Kvalificering* Der er både brug for uddannelse inden for skoler og institutioner og etablering af forbrugernetværk, der kan holde øje med virksomhederne og deres opfyldelse af certificeringskravene.

*Velfærd* Frivillighed og certificeringsordninger kan næppe klare alle behov for forbrugerbeskyttelse, og der må suppleres med lovgivning. Der skal være et fleksibelt uddannelsessystem og arbejdsmarked, men den enkelte skal kunne falde tilbage på minimumsregler.

*Fællesskab* Det er behov for etablering af lokale borgernetværk, hvor borgerne kan hjælpe hinanden og udveksle information. Forsamlingshusene kunne være et naturligt mødested for disse netværk.



# Fællesskabsværksted

Er en af [Teknologirådets metoder](#), som oprindeligt er udviklet i USA under navnet Future Search af Marvin R. Weisbord og Sandra Janoff.

Teknologirådets fællesskabsværksted om elektronisk handel blev fandt sted på Vilvorde KursusCenter fra kl. 15, torsdag den 1. oktober 1998, til kl. 12, lørdag den 3. oktober.

I det følgende kan man læse:

- [formål](#)
- [deltagere](#)
- [værkstedets forløb](#)
- [et eksempel på en fremtidsvision](#)
- [en reportage fra en plenumdiskussion](#)

---

## Formål

Målet med et fællesskabsværksted er at finde det fælles grundlag, som alle deltagere kan stå inde for. Uenigheder forsøges ikke løst; derimod bliver de snarest muligt "parkeret", så tiden og energien kan bruges på en konstruktiv og fremsynet diskussion blandt deltagerne.

Derfor er metoden egnet til et værksted om et kontroversielt eller konfliktfyldt emne. Grunden til, at denne metode blev valgt, var, at debatten om elektronisk handel tenderede at føre til en diskussion om anvendelsen af Dankortet som betalingsmiddel på nettet - og at dele debattørerne i en fløj, der var for, og en fløj der var imod.

Eftersom der er mange andre vigtige ting at diskutere i forbindelse med E-handel, var vi positive overfor en metode, der gav mulighed for at "parkere" den diskussion - og åbne for, hvilke andre ting, der er væsentlige. Og i det hele taget syntes vi godt om muligheden for i det hele taget at parkere diskussioner, som gik i stå i uenigheder, som deltagerne ikke kunne komme videre med på værkstedet.

## Deltagere

I det følgende nævnes deltagerne, fordelt på interessentgrupper:

## Udvalgte borgere

Birthe Haack Isaksen, Brian Rumph, Conni Laursen, Ditte Maria Kirkegaard, Erik Bjarne Clemmensen, Helle Torp Tjørnelund, Kasper Holst, Lars Sloth Christoffersen, Lissi Pedersen, Preben Pontoppidan, Troels Troelsen

## Forbrugerrepræsentanter

Allan Pedersen, Jeppe Juel og Klaus Melvin Jensen, Danmarks Aktive Forbrugere - Grethe Viborg, Foreningen af aktive Kvinder - Ole Just, Forbrugerrådet

## Fagforeningsrepræsentanter

Dorthe Thomsen, HTS-Kartellet - Gunvor Bæk Petersen, Fælllestillsrepræsentant, Postarbejderne - Hans Ove Mertz, Teknisk Landsforbund - Jan Erik Rasmussen, HK-København - Kate Ziegler, HK, Bestyrelsen - Kim Nielsen, Dansk Metalarbejderforbund - Morten Skov, HK - Service

## Erhvervsudøvere

Bent-Ole Andersen, FONA-Gruppen A/S - Peter Zinckernagel, Zinckernagel & Co - John Hansen, Duba Møbelindustri - Joy Nielsen, Nielsen Bryg & Drik Aps, Jørgen Cardel, m2world Aps - Carsten Høegh, Den Danske Bank - Lars Bjørn Helgestad, OgilvyOne - Thomas Laurbjerg, Post-Danmark Salg og Produktion

## Erhvervsrepræsentanter

Anker Hedegaard, Den Danske Boghandlerforening - Birger Schmidt, Finansrådet - Dorthe Krøgh Rasmussen, Dansk Handel & Service - Gert Birnbacher, Foreningen for Danske Internet Handel - Lars Vingtoft, Dansk Industri - Steen Rytlig, Det Danske Handelskammer

## Ekspertgruppe

Helen Holt, Juridisk Institut B, CBS - Kim Viborg Andersen, Informatik og Økonomistyring, CBS - Morten Falch, DTU, Center for Tele-information - Niels Kornum, Institut for Afsætningsøkonomi, CBS - Pernille Tranbjerg, Politikken - William Fellows-Jensen, Forskningsministeriet.

Definitionen af interessentgrupper er en væsentlig del af forberedelserne til et fællesskabsværksted. Teknologirådets projektgruppe samarbejdede med en planlægningsgruppe, som også har udpeget/godkendt deltagerne.

## Projektets planlægningsgruppe bestod af:

Dorthe Krøgh Rasmussen, Dansk Handel og Service, Gert Birnbacher, Foreningen for Dansk Internethandel, Laila Larsen, Dansk Metal, Mette Reissmann og Ole Just, Forbrugerrådet, Tina Füssel, Finansrådet, Kim Sparlund og Jan Trzaskowski, Forbrugerstyrelsen, William Fellows-Jensen,

Forskningsministeriet, Niels Kornum, Handelshøjskolen i København.

## Værkstedets forløb

I forløbet arbejder deltagerne dels i deres interessentgruppe, dels i tværgående grupper.

Værkstedet starter første dag om eftermiddagen, varer hele næste dag og slutter tredje dag ved middagstid. Det er en pointe, *at to dages effektiv tid strækkes over tre dage*. Deltagerne skal i bogstavelig forstand "sove på det"

Værkstedet starter i deltagernes *fortid*, går over i *nutid* og videre til *fremtid*. Det er en pointe, at afdække fælles erfaringer og visioner, idet det gør tilliden til, at man kan opnå enighed større.

*Resultaterne* af arbejdet bliver i et nøje orkestreret forløb skrevet på *flip-overs*, *tidslinjer* og *mind-maps*

Værkstedet slutter i nutiden, med at grupperne diskuterer hinandens bud på emnet - og godkender de resultater, der lægges frem, som det fælles grundlag.

Programmet er meget stramt struktureret med et antal opgaver, der skal løses på kort tid. Men resultatet ligger helt åbent. Det er deltagernes indsigt, behov og holdninger, der borger for resultatet.

Værkstedet starter i et helt åbent landskab, hvor de første øvelser går ud på at folk skal lære hinanden at kende - f.eks. skal man medbringe en ting, som fortæller noget om een selv. Een kom med en lille (selvgjort?) lerfigur, een kom med babyens skumgummibold osv.

Gennem arbejdet med tidslinjer etableres en fælles forståelse af verden - en anerkendelse af fælles erfaringer, som sandsynliggør, at deltagerne også i fremtiden kan finde fælles udviklingsmuligheder.

Der tegnes en mind-map, hvor grupperne kommer med temaer, som alle bagefter stemmer om vigtigheden af.

Der arbejdes videre med de vigtigste - med hvilke trends man er stolt af, og hvilke man er ked af.

Via fremtidvisioner åbnes tankerne mod forandringsmuligheder - og ved tilbagevenden til nutiden begynder det fælles grundlag at tegne sig.

Den sidste opgave i værkstedet var, at hver interessentgruppe fremlagde en eller to flip-overs med gruppens bidrag til fælles grundlag. Disse blev diskuteret i plenum - og fællestrækkene og den fælles forståelse heraf, blev værkstedets resultater.

Anne-Marie Thalund og Steffen Stripp ledede værkstedet, og Claus Engelund, som også har skrevet [artikler om elektronisk handel](#), har skrevet [Et eksempel på en fremtidsvision](#) og [Reportage fra en plenumdiskussion](#).

# Et eksempel på en fremtidsvision

Søgerobotter, der automatisk finder den billigste billet på ultranettet efter en mundtlig ordre. Automatisk træk på lønkontoen efter biologisk identitetscheck i stedet for dankort og digital signatur. En af grupperne gav dette bud på den elektroniske dagligdag i år 2010 i "Brevet til Monica"

Til: monica@washington.com

Fra: peter.jensen@charlottenlund.dk

Jeg kommer ... til Washington

Hej Monica.

Som tidligere aftalt har jeg nu købt en billet til Washington. Det var slet ikke noget problem. Som jeg tidligere har fortalt, har vi i Danmark to forskellige elektroniske handelsmarkeder, reguleret.dk og wildwest.dk. De to markeder blev resultatet af en lang og opslidende diskussion, som vi førte derhjemme i Danmark i slutningen af forrige århundrede. En del forbrugere ønskede sig et reguleret e-handelsmarked, hvor en række minimumskrav til produktionsform, miljø, transport, etik og meget andet var opfyldt. Her er varerne og tjenesteydelserne nok lidt dyrere end på det andet marked, men så er der bare orden i sagerne.

Det andet marked - wildwest.dk - er utroligt billigt og har et enormt udbud af varer fra hele verden. Til gengæld er ethvert køb en tillidssag mellem mig som kunde og den sælgende virksomhed.

Selve bestillingen af varerne er altså også bare så nem. Jeg sad nede i Øresundsmetroen på vej til mit job ude i Ørestadens high-tech del, da det pludselig viste sig på mit elektroniske UKV - ur/kalender/videomailsystem - at jeg havde en uges tid her i slutningen af oktober, hvor jeg kunne passe et besøg hos dig ind. Jeg mumlede min bestilling: "Køb Kastrup-Washington returbillet i perioden uge 44. Køb den billigste billet!" ned i mit smarte UKV-system.

Bestillingen røg nu ud på ultranettet, hvor en række søgerobotter gik i gang med søgningen. Imellem to stationer nåede søgningen sit resultat, en returbillet til mindst 200 cyberøre mindre end jeg selv ville kunne have fundet dem i de lokale rejsebureauer. Da jeg havde accepteret søgningen, skulle jeg digi-eye-thumb accepteres.

Da den danske regering endelig havde fået kringlet sig frem til en digital signaturløsning, var teknologien allerede nået frem til kontrol via fingeraftryk kombineret med pupilscanning. De siger, det er et identifikationssystem, der er så sikkert, at mange forsikringselskaber konkurrerer om at tilbyde højst mulig erstatning ved misbrug ... sådan var det sgu ikke i de gamle dage.

Jeg endte med at skulle af med 1200 cyberøre for rejsen. De bliver nu trukket automatisk fra min lønkonto. Det der dankort man snakkede om for 10-12 år siden er helt out nu.

Mange kærlige hilsner

Peter

# Reportage fra en plenumdiskussion

## Varen må søge mod kunden

På tværs af baggrund var der fælles spor i deltagernes beskrivelser af fortiden og tendenser i nutiden. Mange så et nyt magtforhold mellem kapitalen og forbrugeren.

"Fuldstændig afgørende" - "En absolut betingelse" - "Simpelt hen nødvendigt"

Mange forskellige vendinger blev benyttet til med eftertryk at fastslå forbrugernes krav på sikkerhed ved handel på nettet. Selv om det måske nok var forbrugernes egen interesse i at kunne opnå fordele ved handel på nettet, der skulle drive udviklingen i gang, var forbrugeren manglende fornemmelse af at have kontrol med handelen en uoverstigelig barriere.

Et medlem af ekspertgruppen udtrykte det ved opsamlingen sidst i konferencen således:

- "Certificering er fuldstændig afgørende for, at der overhovedet kommer noget ud af det her marked. Ellers er der jo ikke nogen forbruger, der tør købe noget andet på nettet end det, de kender i forvejen. Hvis man skal have nogen chance for, at nye udbydere kan komme ind på nettet, så er forbrugeren nødt til at have en garanti for, at det ikke er en eller anden gymnasieelev, som synes det er sjovt at lave forskellige reklamer på nettet i sin fritid, men at der faktisk er en butik bag de oplysninger, der gives."

## Stedfortræder tæt på varen

Der var mange bud på, hvordan sikkerheden og trygheden kunne opnås - der blev peget på uafhængige mæglere, uvildige tredieparter, certificeringsinstitutioner eller -organisationer, forbrugerorganisationer eller -grupper osv. Det afgørende var at finde en troværdig instans, der kunne erstatte forbrugeren mulighed for at sikre sig den rigtige vare ved selv at lugte til fisken.

Synspunktet blev naturligvis flittigt forfægtet af borgerne og forbrugerrepræsentanterne, men der var ingen uenighed. Alle stod i kø for at imødekomme utrygheden, også folkene fra erhvervslivet. Som en af dem pointerede ved afslutningen:

- "Det er forbrugerne, der har magten her. Det er dem, der med et tryk på knappen afgør, om der skal handles elektronisk."

Det var tidligere blevet formuleret som en generel tendens gennem de senere år, at rollerne var skiftet. Hvor det tidligere var kunden, der kom til varen, måtte varen nu komme til kunden.

## Sørg for rammerne

Den politiske betydning var åbenbar. I gennemgangen af interessentgruppernes fælles krav er der oplyst mange offentlige opgaver, men forslagene er ikke domineret af traditionelle støtteordninger til erhvervslivet for at løbe den elektroniske handel i gang. Fokus er lagt på rammebetingelserne:

sørg for sikkerhed og tryghed, sørg for uddannelsestilbud, sørg for infrastruktur. Så skal forbrugerne nok komme med den efterspørgsel, der giver startskuddet til de afventende virksomheder.

Der blev ikke sat mange spørgsmålstejn ved, om vi overhovedet vil have elektronisk handel. Den udbredte opfattelse syntes at være, at den vil komme uanset vores holdning til den, men at vi har mulighed for at vælge, hvordan vi vil indrette os med den. Her blev der udstukket en hel del opgaver til det offentlige, som skulle forhindre, at e-handelen underminerede forbrugerbeskyttelsen, at den skabte restgrupper, der stod udenfor, og at den fjernede fællesskaber i lokalsamfundet.

## **E-handel giver os tid**

Med visse forbehold, der således kunne imødegås af en statslig indsats, syntes der at være enighed om, at elektronisk handel gerne må brede sig. Der var bred enighed om, at elektronisk handel sammen med en udvikling i andre anvendelser af nettet, ville føre til mere kvalitetstid.

Dels var der forventninger til, at vi alle vil bruge mindre tid på kedelige rutineopgaver (f.eks. køen i supermarkedet). Dels var der mange, der forventede større fleksibilitet på arbejdspladser, i organisationer, i hjemmet osv. Det blev stillet på spidsen i parolen om at afskaffe den faste arbejdstid. Og selv om det perspektiv ikke fremkaldte klapsalver, var en fremtid med mere tid til rådighed for den enkelte den gevinst, som de fleste havde på plussiden, når de skulle gøre regnskab over et samfund med elektronisk handel.

---

24.11.98 [tekno@tekno.dk](mailto:tekno@tekno.dk)



# Hvordan kan elektronisk handel bedst indpasses i det danske samfund?

Af Claus Engelund, journalist Ægir Grafik og Journalistik

**Elektronisk handel vender op og ned på den måde vi køber vores varer. Hvad tegner det til, vil vi acceptere det, og kan vi overhovedet påvirke det?**

Vi står foran en udvikling, der helt sikkert vil gribe radikalt ind i vores daglige tilværelse. Informationsteknologiens og telenettets udbredelse vil i de fleste lande gøre det muligt for forbruger og producent at komme i forbindelse med hinanden her og nu, uanset afstand og uden mellemlid. Drivkraften for udviklingen vil være producenternes interesse i at nå nye markeder og skaffe sig fordele af at udradere mellemlid. Forbrugerne vil kunne glæde sig over større vareudbud, mere effektiv konkurrence til at holde priserne nede og mulighed for at overstå indkøb på få minutter i en ledig stund.

Men udviklingen kan også sætte meget over styr, som vi nødig vil miste. Konkurrencen vil måske fjerne grundlaget for et butiksnæ i lokalsamfundet, som allerede er kraftigt tyndet ud gennem det sidste halve århundrede. Måske går det også ud over gågadens liv.

Måske bliver resultatet en centralisering, som i sidste ende igen indsnævrer vareudbudet, der kan nå digitalt, fordi elektronisk handel må operere med kendte varer. Måske bliver det umuligt at håndhæve nationale beskyttelsesregler for forbrugerne, når producenter kan gemme sig i lande med lavt beskyttelsesniveau.

Man kan analysere og vurdere enkelte elementer i udviklingen, men det er vanskeligt at forestille sig, hvordan helheden ændrer sig. For en stor del af forbrugers indkøbs vedkommende, vil den fysiske kontakt mellem sælger og køber næppe lade sig bevare, og den indflydelse, som sælgers fysiske tilstedeværelse har i bybilledet eller landskabet, vil blive reduceret. Det vil også ramme kontakten mellem forbrugerne indbyrdes. Måske er det mest storindkøbet, der erstattes af internet-handel, måske reduceres også omsætningen i alle butikkerne på torvet. Spørgsmålet er ikke så meget, om vi ønsker det, men om vi har noget valg?

## Indhold

### [Butikken væk fra gaden og ind på skærmen](#)

Forbrugerne får fordele af den elektroniske detailhandel, men det går ud over de traditionelle butikker

### [Hvor langt er vi nået med elektronisk handel](#)

Danmark er bagefter og kan lære af andre lande, der er på vej mod elektronisk dagligvarehandel

### [Mest elektronisk handel mellem virksomheder](#)

Den største udbredelse af elektronisk handel bliver indbyrdes mellem virksomhederne, men detailhandlen er også på vej

### [Ny arbejdsdeling, nye jobs](#)

Arbejdsdelingen og jobbene i detailhandlen vil ændre sig, og det kræver nye uddannelser

### [OECD-papir om elektronisk handel](#)

OECD gennemgår fænomenet elektronisk handel, dets betydning og de spørgsmål, det rejser

---

24.11.98 [tekno@tekno.dk](mailto:tekno@tekno.dk)

# Butikken væk fra gaden og ind på skærmen

Af Claus Engelund, journalist Ægir Grafik og Journalistik

**Internethandel med dagligvarer er den mest iøjnefaldende side af den kommende elektroniske handel. Forbrugerne får et tilbud, de ikke kan sige nej til**

Billigere varer, der kommer af sig selv. Det tilbud vil de færreste kunne afvise i længden. En del af dagligvareomsætningen vil efterhånden flytte over på Internethandel som følge af forbrugernes eget valg, fordi de umiddelbare fordele er oplagte. Hvad er der så at bekymre sig over?

## Forbrugerne får fordele

Der er ingen tvivl om, at Internethandel med dagligvarer indeholder mærkbare fordele for forbrugerne.

En amerikansk butikskæde (Peapod) startede hjemmelevering ud fra følgende motto: "Travle mennesker har ikke tid eller ønsker ikke at købe ind i dagligvarebutikken." Selv om en del mennesker, også de travle, måske gerne vil købe ind i butikkerne, så vil de fleste have glæde af, at man kan blive fri for at bevæge sig ud, og at det kan ske sent om aftenen, eller hvornår man ellers har tid. Peapod har undersøgt sine kunders indkøbsmønstre:

- gennemsnitlig ordrefrekvens er to gange pr. måned
- gennemsnitsordre er på \$ 110
- de fleste handler elektronisk mellem kl. 20 og kl. 01
- kunderne bruger ordningen til anslået 70% af deres dagligvarekøb

I de fleste hjemmeleveringsordninger i dag koster det faktisk forbrugeren penge at få varerne leveret. Det kan være som en procentdel af købssummen, eller et udbringningsgebyr, som kan være større eller mindre, alt efter hvor hurtigt varerne skal ud. Men i takt med, at denne type forretninger får stigende omsætning, mellemliddene rationaliseres væk, og distributionsomkostningerne falder, er der udsigt til billigere varer.

En del dagligvarer må nødvendigvis stadig købes tæt på forbrugers hjem. Men Internethandel betyder også, at forbrugerne får mulighed for at købe varer over hele kloden og dermed vælge det billigste tilbud. Det betyder dog ikke automatisk, at sandet til sandkassen vil komme fra Sahara. Der vil opstå grænser, som er afhængige af forholdet mellem værdien og vægten. Har varen en rimelig værdi pr. vægtenhed som f.eks. en CD, vil køberne kunne handle overalt på kloden. Søger man meget specielle produkter, er Internet også et oplagt bud.

Hjemmelevering er i sig selv for mange mennesker, måske især ældre, et meget vigtigt tilbud i den

elektroniske handel. Indtil 70'erne var det almindeligt, at cykelbude bragte varer fra købmanden, men i dag er disse ordninger sjældne, selv om de formentlig savnes. Internethandel kan overtage så stor en del af omsætningen, at udbringningsordningerne bliver billige.

Bredt set er det ønsket om at høste konkurrencefordele ved at opfylde forbrugernes behov, der ligger bag virksomhedernes interesse for elektronisk detailhandel. Således kan man roligt tage som udgangspunkt, at der er brede samfundsmæssige behov bag de markeds kræfter, som udbreder den elektroniske handel.

## Omsætningen flytter, og butikker dør

Men udbredelsen af den elektroniske handel medfører ændringer i vores samfund, som den enkelte forbruger ikke tager stilling til ved at handle over nettet. Det samlede resultat bliver utvivlsomt en meget stor ændring i omsætningen, der kan trække tæppet væk under en butiksstruktur, som forbrugerne helst ville bevare.

Det er svært at gætte på, hvilken del af omsætningen, der flytter. Hvilke varegrupper tør vi købe ubeset? Vi vil nok tøve med at springe på et tilbud på Internet, hvis

- vi gerne vil teste varen før købet
- vi har brug for service efter købet
- garanti og forbrugerbeskyttelse er vigtigt for varen

Denne type varer vil formentlig indtil videre stadig kunne være grundlag for traditionel butikshandel, mens de mest uproblematisk tørkolonialvarer og andre varer med standardiseret indhold er oplagte kandidater til Internethandel.

Selv om det således må forventes, at der er grænser for Internethandelens udbredelse, kan den få omfattende konsekvenser for den butikshandel vi kender i dag. Bliver der flyttet megen omsætning, vil det fjerne det økonomiske grundlag for en bred vifte af butikstyper.

## Butikker forsvinder

De lokale dagligvarebutikker er i farezonen, og forsvinder de, er der kun udbringningsordningerne til at forsyne de mennesker, der ikke selv kan køre efter varerne. Så er der alle specialbutikkerne. En del af deres varer er allerede på vej på nettet (f.eks. bøger og musik), og omsætningsnedgangen må nødvendigvis tynde ud blandt butikkerne på byens torv. Visse butikker vil måske gabe over flere områder, så ekspedienten skal følge med i foto og radio/TV på samme tid. Sandsynligvis vil butikkerne specialisere deres udvalg, så det domineres af varer, der kræver personlig betjening.

Måske fører Internethandlen i hovedtræk til en opdeling: På den ene side den brede handel med jævne og uproblematisk produkter til billige priser, der omsættes elektronisk. Vareudbudet skal dog være bredt nok til, at det kan erstatte en butikstur - f.eks. sørger ISO for, at der kan sammensættes et måltid med vin til maden. På den anden side alle de specielle varer og varer, der kræver personlig betjening, og dertil i stigende grad dagligvarer, der lanceres som oplevelser - f.eks. italiensk uge i delikatesseafdelingen, hvor der er opstillet caféborde.

Med lidt forskellig vægtning vil fremtidens butiksbillede og dermed bybillede i alle tilfælde blive kraftigt

ændret. Lørdag formiddag vil skifte karakter. Måske går det ud over den sociale funktion, som gågaden, butikstorvet og supermarkedskøen har. Men der kan også opstå nye forretningsmæssige muligheder, så der fortsat er liv i gågaden.

## Kan udviklingen påvirkes?

Uden regulering kan markedskræfterne via forbrugernes indkøbsmønster frembringe større eller mindre dele af de resultater, der her er skitseret. Spørgsmålet er, hvordan vi vil indpasse den elektroniske handel i det danske samfund.

Inden for den enkelte butikskæde kan der lægges en politik, som vælger at tilbageføre noget af overskuddet til lokale butikker med faldende omsætning. Nethandelen med tørkolonialvarerne kan foregå til en lav avance, mens dyrere varer i lokale butikker profilerer kæden. Men generelt skal man ikke regne med, at butikskæderne af sig selv vil søge at holde et stort antal butikker i live. Der skal politisk regulering til, hvis man vil holde liv i butikker uden forretningsmæssigt grundlag.

En mulighed er at skrue op og ned på momsen, alt efter hvilken handel man ønsker at fremme. Eller man kan på andre måder give privilegier til de ønskede handelsformer.

## Miljøhensyn kan dæmpe udviklingen

Man kan også vælge, at transport skal være dyrere og betale en større del af de reelle følgeomkostninger, som ifølge trafikøkonomer knytter sig til den. Selv om man plejer at se bort fra den, er transportens pris en afgørende størrelse bag alle beregninger af Internethandelens udvikling. Nettet skaber en kontakt mellem køber og sælger, som er uafhængig af fysisk afstand. Men afstanden er der stadigvæk, og varen skal transporteres. Her kan en regulering sætte ind, og det vil få stor indvirkning på dele af Internethandelen.

Men det er ikke sikkert, at der kommer noget ud af en simpel afgiftsstigning på benzin og diesel. I dagligvarehandlens samlede distributionsomkostninger vil en fordobling af brændstofpriserne kun betyde en stigning på 2-6%. Et alternativt redskab kunne være en samlet pulje for CO<sub>2</sub>-udslip, som branchen selv måtte administrere. Det ville rette søgelyset mod strukturen i kæden fra producent til forbruger. Strukturen afgør, hvor mange tons der skal køre hvor langt, hvor meget på asfalt og hvor meget på skinner, hvor mange kilometer med tomme vogne osv.

På dagligvareområdet er det ikke sikkert, at hjemmелеvering vil udløse mere transport. Det afhænger af, hvordan det ny transportsystem ser ud, og hvordan det gamle så ud. Selv om det nye system skal være fintmasket for at nå ud til forbrugerne, er der mulighed for rationaliseringer, når tidligere mellemlid og transport til butikkerne bortfalder. Desuden sparer forbrugeren selv transport, når varerne leveres til døren, og 80% af forbrugernes indkøbsture foregår i dag i privatbil.

---

24.11.98 [tekno@tekno.dk](mailto:tekno@tekno.dk)

# Hvor langt er vi nået med elektronisk handel

Af Claus Engelund, journalist Ægir Grafik og Journalistik

**Danmark er bagefter i forhold til andre lande, hvor der er begyndt at tegne sig et billede af samfund med elektronisk handel. Når de første erfaringer med bøger og CD'er er gjort, haster udviklingen videre mod dagligvaremarkedet**

## Hvad er elektronisk handel?

Elektronisk handel kan bredt defineres som kommercielle transaktioner, der bygger på datatransmission. Aktørerne kan være virksomheder, forbrugere og myndigheder.

Elektronisk handel er mest udbredt i transaktioner mellem virksomheder indbyrdes. I sin mest udviklede form hedder den elektronisk dataudveksling (EDI), hvor afgivelsen af ordrer er blevet integreret med lagerstyring, fakturering og bogføring i begge ender af transaktionen.

I Danmark har myndighederne også i nogen tid gjort det muligt for virksomheder at klare moms og andre betalinger elektronisk.

Men der, hvor elektronisk handel kan få en eksplosiv udbredelse, er i de åbne net (som Internet), der når ud til den almindelige forbruger og dermed muliggør elektronisk handel mellem forbrugere og virksomheder. Også mellemværender mellem borgere og myndigheder vil kunne klares over nettet.

## Ingen afgørende tekniske barrierer

Udbredelsen af Internettet er nået så langt, at det allerede nu er et meget attraktivt marked for leverandørerne at forholde sig til. Halvdelen af alle danske husstande har en PC, og antallet af husstande, der er koblet til nettet, er hastigt voksende. På verdensplan er der i 1998 100 millioner brugere af Internet (tal fra analysefirmaet IDC).

Det har været hævdet, at sikkerheds- og betalingsproblemer forsinkede udbredelsen af elektronisk handel i Danmark. Sikkerhedsspørgsmålet handler om, at elektronisk underskrift får samme retsgyldighed som en underskrift på papiret, og at data kan sendes i krypteret form, så de ikke kan læses af uvedkommende, og så sender og modtager kan kontrollere hinandens identitet. Betalingsspørgsmålet er sådan set løst - ganske vist er der endnu ikke skabt en løsning, hvor dankortet kan bruges, men andre betalings- og kreditkort kan bruges, eller leverancen kan betales forud eller pr. efterkrav.

Selv om sikkerheds- og betalingsproblemer således ikke er uoverstigelige hindringer, medfører de en vis usikkerhed og en afventende holdning, som kan være en del af forklaringen på, at Danmark i

international sammenligning er bagefter med elektronisk handel.

## Brølende vækst i USA

I USA har den elektroniske handel udviklet sig til en massiv faktor. Forventningerne går på, at 44% af alle amerikanske virksomheder i 1999 tilbyder ydelser og modtager betaling over internettet. I Danmark er det meget få virksomheder, der gør det. Kun 4,7% af internetbrugerne handler via nettet, hvor EU-gennemsnittet ligger på 12%.

På visse områder er der også i Danmark en vis elektronisk handel. Billet- og pladsbestilling, software, musikudgivelser, bøger og bankforretninger klares mere eller mindre fuldstændigt over nettet, i en del tilfælde dog med betaling udenom. Men forventningerne til den elektroniske handel herhjemme går på, at vi fremover vil kunne købe et stort antal varegrupper via nettet, også dagligvarer. Og købe vil sige, at vi kan udvælge og bestille varerne, betale dem over nettet og få dem leveret i hjemmet. Sådant handler et stigende antal forbrugere i USA, hvor hjemmeindkøb forudses at tegne sig for 3-5% af dagligvarehandlen i år 2000. Der er meget stor variation i prognoserne for den elektroniske handels markedsandel i Danmark. Op mod 10 % af den samlede omsætning vil om to år foregå via Internet, hvis man skal tro Greens Analyseinstitut (marts 98). Told & Skat tror ikke på, at den elektroniske detailhandel overskrider 1 % de første tre år.

## Hvad tør vi købe ubeset?

Det danske Handelskammer udpeger fem varegrupper, der især egner sig til Internet-handel:

- digitale produkter (software, film, spil)
- serviceydelser (rejser, forlystelser, abonnemeter, forsikring)
- katalogvarer (bøger, CD'er, klassiske postordrevarer)
- mærkevarer (beklædning, sportsartikler, elektronik)
- dagligvarer (food og non-food)

## Dagligvarer leveres i hjemmet

I USA og England leverer flere butikskæder dagligvarer i hjemmet på bestilling, der både kan være telefonisk og elektronisk. I Norge sker der nu en udbygning af kæden REMA 1000, som tilbyder levering i Oslo og andre større byer. Herhjemme er det kun ISO's otte butikker i København, der tilbyder hjemmel levering. Her kan man bestille 5000 af de i alt 12000 varenumre, ISO-kæden forhandler. Det koster 65 kr. at få leveret varerne i hjemmet.

---

24.11.98 [tekno@tekno.dk](mailto:tekno@tekno.dk)

# Mest elektronisk handel mellem virksomheder

Af Claus Engelund, journalist Ægir Grafik og Journalistik

**Det bliver mellem virksomhederne indbyrdes, den elektroniske handel for alvor bliver dominerende. Men den elektroniske detailhandel kommer til at påvirke rollefordelingen mellem producenter, importører og de andre led**

- Den elektroniske detailhandel får ikke nær så stor betydning som den elektroniske handel mellem virksomhederne indbyrdes.

Det siger Steen Rytlig, afdelingschef for det IT-politiske område i Handelskammeret. Han henviser til analysefirmaet IDC's prognose, der forventer, at den elektroniske handel mellem virksomheder om få år vil være 15 gange så stor som den elektroniske detailhandel.

Business-to-business - sådan kaldes handlen mellem virksomheder indbyrdes blandt fagfolk. Det forkortes B2B, mens B2C står for business-to-consumer, altså detailhandel

- Der vil gå nogen tid, men efterhånden vil stort set al den internationale handel mellem virksomheder være elektronisk, siger han. - Den mest udbyggede form for handel kører ved hjælp af EDI (elektronisk dokumentudveksling), hvor virksomhedernes ordrer, lagerregistreringer og faktureringer kører automatisk. Men det er også elektronisk handel, når man slår op på leverandørens hjemmeside og søger i kataloget. Mellem virksomheder er der ikke problemer med betalingen, som blot kan foregå med en avis til en bank.

Den elektroniske handel med dagligvarer og andre ydelser til forbrugerne vil dog spille en vigtig rolle for, hvordan arbejdsdelingen og organiseringen mellem producenter, importører, leverandører og butikker udvikler sig. F.eks. kan producenten handle direkte med forbrugeren, eller der kan indgå et eller flere mellemlid i en anden rollefordeling, end den vi kender i dag. Hvad der er business-to-business og business-to-consumer vil flytte sig, og vi kan få forskellige konkurrerende kæder, der ender hos forbrugeren, nogle direkte fra producenten, andre via mellemlid.

- Den elektroniske detailhandel vil indtil videre være forholdsvis begrænset, men der går hul på bylden, når vi får adgang til Internet via TV, så man ikke behøver at være computerminded for at være med, siger Steen Rytlig. - I stedet for at kigge i den lokale tilbudsavis, kan fru Jensen finde tilbudene på mel, gryn og sukker på nettet. Så slipper hun for at bruge tid på det lørdag formiddag og har i stedet god tid til at finde den rigtige skjorte.





# Ny arbejdsdeling, nye jobs

Af Claus Engelund, journalist Ægir Grafik og Journalistik

**Elektronisk handel vender op og ned på arbejdsdelingen. Jobs forsvinder og erstattes af andre. Problemet er at forudse udviklingen, så uddannelserne kan indrettes efter fremtidens krav**

Det er meget store omvæltninger, vi er på vej ind i med udviklingen af den elektroniske handel. En stor del af de grundlæggende økonomiske processer i samfundet vil forandre sig, og både arbejdsgivere og ansatte i handel og distribution risikerer at komme i klemme.

## Omsætningen flytter

Dagligvarebutikkerne risikerer at miste vigtige dele af omsætningen, hvis leverandørerne ser deres fordel i at handle direkte med forbrugerne. Det kan ramme lavprisbutikkerne, der alligevel fortrinsvis handler med varer, forbrugeren godt tør købe ubeset. Eller det kan ramme lokalbutikkerne ved at fjerne en afgørende del af deres omsætning.

Internethandel med hjemmeforsendelse kan også ramme de transportvirksomheder, der er indrettet til at opfylde markedets krav, som de er i dag. Hvis store mængder varer ikke mere skal transporteres fra centrallagre til butikker, men i stedet sammensættes og pakkes til den enkelte forbruger, vil opgaven passe bedre til pakkepostfirmaer og Post Danmark.

## Danmark skal indhente forsinkelsen

Dansk Handel og Service, der forventer at den elektroniske økonomi i løbet af få år vil overstige den industrielle økonomi, presser på, for at Danmark skal komme op på siden af andre landes Internethandel. Også Det danske handelskammer, der repræsenterer brede dele af erhvervslivet (produktion, engros, detail, service) vil indhente forsinkelsen. Bekymringen går bl.a. på, at handlen er international, så udenlandske leverandører kan nå danske forbrugere. I stedet ønsker organisationerne at udnytte den modne danske grund med stor computerudbredelse og bred nettilslutning til at komme godt fra start på dette nye forretningsområde. Det er en unik mulighed for at få del i denne brølende vækst.

## Ændrede jobs kræver ændrede uddannelser

På lønmodtagersiden er der en stigende opmærksomhed om den elektroniske handel. HK er på det rene med, at mange klassiske HK-jobs forsvinder, når en del af handlen forsvinder fra butikkerne. Men samtidig opstår der nye jobs omkring administration af hjemmesider, pakning og ekspedition, betalingstransaktioner osv. Ikke noget dårligt bytte i stedet for et kassejob. Generelt forventer HK, at de nye jobs vil kræve mere selvstændighed og fleksibilitet, som uddannelserne derfor skal fremme.

Professor Niels Bjørn Andersen, Handelshøjskolen i København, er i gang med at opbygge en ny uddannelse i elektronisk handel. Uddannelsen kommer til at køre sideløbende med tilsvarende uddannelser på fem andre universiteter rundt omkring i verden. Også blandt fagfolk er det svært at forudse udviklingen på området, og det siger noget om emnets størrelse, at en håndfuld lærere i disse måneder sidder og udarbejder et katalog over alle de emner, der skal med i den ny uddannelse.

---

24.11.98 [tekno@tekno.dk](mailto:tekno@tekno.dk)

# OECD-papir om elektronisk handel

Af Claus Engelund, journalist Ægir Grafik og Journalistik

**Verden er på tærsklen til en ny revolution. Enhver med en computer og netadgang kan åbne en butik og nå kunder verden over, og omvendt kan enhver forbruger hente ydelser fra et hvilket som helst sted på kloden. I denne artikel fremlægges OECD's opfattelse af fænomenet elektronisk handel, dets betydning og de spørgsmål, det rejser**

## Hvad er elektronisk handel?

Den brede betydning er kommercielle transaktioner blandt organisationer og individer, der bygger på datatransmission over åbne eller lukkede net. Billet- og pladsbestilling, software, underholdning, bank- og finanstransaktioner, forsikring, ejendomshandel, offentlige tilbud m.m. udgør hovedparten af den elektroniske markedsføring. Det er uhåndgribelige produkter, der ikke skal transporteres til kunden, men der er en udvikling i gang, og f.eks. bøger, vin og computere handles over nettet.

## Hvorfor vil elektronisk handel brede sig?

Elektronisk handel fjerner økonomiske mellemlid mellem producent og forbruger.

Forbrugerne får fordel af bedre information, lavere salgsomkostninger og dermed priser, større valgmuligheder - måske også med mulighed for individuelt tilpassede bestillinger, samt øjeblikkelig levering, når det gælder uhåndgribelige ydelser og digitale produkter.

Sælgerne, hvad enten de er producenter eller videresælger varen, får let adgang til et globalt marked. De behøver ikke investere i en egentlig butik, lagerstyringen kan gøres mere effektiv, og der kan hentes store besparelser på arbejds løn. Men samtidig skærpes konkurrencen.

## Kan alle få adgang til elektronisk handel?

Har man Internet-adgang, har man også adgang til elektronisk handel. Udgifterne dels til computer og modem, dels til teleforbindelsen er barrierer for udbredelsen. Især telepriser og -betingelser udgør en bremse, som imidlertid er ved at blive fjernet af liberaliseringen.

Antallet af Internet-brugere er hastigt voksende, og blev i 1997 opgjort til 30-50 millioner mennesker (analysefirmaet IDC regner med 100 millioner i 1998). Der er også en voldsom vækst i antallet af handelstransaktioner på Internet, og alle forventer en ti-dobling til årtusindskiftet.

## Er det nuværende telenet tilstrækkeligt?

I dag er det overvejende telefonforbindelser, bygget til at overføre tale, der er Internettets transportveje. Udvidelsen af elektronisk handel er afhængig af hurtigere dataforbindelser til lavere priser. Udviklingen mod hurtigere forbindelser fremskyndes af en generel satsning på netbårne anvendelser, også i underholdningssammenhæng (TV m.m.).

## Hvad er konsekvenserne for beskæftigelse, vækst og handel?

Den stigende økonomiske effektivitet vil generelt medføre øget velstand. Blandt traditionelle forhandlere og distributører vil beskæftigelsen falde, men samtidig siger al erfaring, at teknologisk udvikling skaber nye og bedre jobs til erstatning. Således fremkalder elektronisk handel allerede nu højt kvalificerede IT-jobs i forbindelse med udviklingen af det verdensomspændende digitale marked.

For virksomheden er omkostningerne ved at handle via nettet betydeligt lavere end ad traditionel vej. Firmaer, der er virksomme inden for elektronisk handel og dertil knyttede felter, har oplevet en eksponentiel vækst. Det er tydeligt i USA, men efterhånden også i andre lande.

Endelig betyder elektronisk handel, at afstanden mellem køber og sælger mindskes. Det medfører i sig selv en stigende handel.

## Er elektronisk handel sikker?

Samtidig med, at IT-systemerne får stigende betydning for samfundet og verdensøkonomien, sker der en udvidelse af antallet af problemer. Det kræver både teknologiske og juridiske tiltag at sikre den elektroniske verden på det samme niveau, som vi kender fra den fysiske sikkerhed i papirets verden. Kryptering (kodning) af sendte data spiller en vigtig rolle ved at garantere fortrolighed og ægthed og sikrer dermed pålideligheden i transaktioner.

## Kan man have tillid til elektroniske transaktioner?

Muligheden for at sikre sig visse oplysninger om handelspartnere og kontrakter i det elektroniske univers er afgørende for at skabe tillid til transaktionen. Set fra køberens side: Hvordan er sælgeren registreret hos myndighederne? Er personen overhovedet repræsentant for det firma, han angiver? Har firmaet forpligtet sig til at overholde bestemte standarder eller etiske retningslinier? Set fra sælgerens side: Er køberen gammel nok til at købe det pågældende produkt? Er køberen solvent?

Endelig kan begge parter være interesseret i sikre rammer omkring betaling og levering, en kontraktkopi med retsgyldighed og en afklaring af, hvilke juridiske rammer, der omfatter transaktionen.

Datasikkerheden kan opnås med softwareløsninger, mens visse af handelspartnerens oplysninger kan kontrolleres gennem uafhængige, pålidelige kilder.

## Er forbrugernes interesser truet?

Elektronisk handel rummer ikke kun fordele for forbrugerne. Den åbner også muligheder for svindel og vanskeliggør retsforfølgelse. Derudover er den international, og forbrugeren kan ikke regne med, at hjemlandets regler for forbrugerbeskyttelse gælder i sælgerens land.

Nye beskyttelsesmekanismer må udvikles. Nogle vil blive frembragt af konkurrencen, mens andre må opstå gennem internationalt samarbejde mellem regeringer og erhvervsorganisationer. Finansielle mellemlid kan måske afklare visse uoverensstemmelser, men justitsvæsenet må kontrollere systematisk svindel og vildledning. Digitale produkter rejser særlige problemer med forbrugerbeskyttelsen, fordi leverandøren vil nægte at tage et produkt retur, når køberen én gang har modtaget det og dermed har haft mulighed for at gemme en perfekt kopi. Det er også problematisk, at forbrugeren i visse tilfælde må klikke ja til bestemte betingelser, før produktet bliver tilgængeligt.

## Er privatlivets fred på spil?

Elektronisk handel medfører en vækst i mængden af personlige data, der cirkulerer på nettet. Kombinationen af demografiske data, kreditoplysninger, forbrugsmønstre og detaljer fra transaktionerne kan bruges til at opbygge kunde profiler. Har forbrugerne ikke kontrol med, hvad de afgiver af oplysninger, og hvad disse bruges til, vil elektronisk handel gøre det lettere for interesserede at bryde privatlivets fred med en aggressiv markedsføring.

Er forbrugerne i position til at vælge, om de vil nægte eller acceptere at afgivne oplysninger samles og bruges, er situationen ikke anderledes end for traditionel handel, hvor forbrugeren kan deltage i kundeklubber til gengæld for lavere priser eller andre fordele. Her må begge parter være med til at trække den fremtidige grænse mellem beskyttelse af privatlivet og opnåelsen af fordele ved elektronisk markedsføring.

## Hvad med ulovligt eller skadeligt indhold?

Børneporno, bombeopskrifter, medicin der er forbudt i køberens hjemland er eksempler på problematisk og skadeligt indhold på Internettet. Det udgør ikke nogen stor del af nettets tilbud - tværtimod. Men distributører og modtagere af problematisk indhold nyder de samme fordele som alle andre brugere af nettet, og det rejser nye problemer.

## Er der konsekvenser for skatter og afgifter?

Det er traditionelt geografiske afgrænsninger, der bestemmer skattepligt, afgiftsregler osv. Her rejser elektronisk handel nye problemer for skatteborgere og myndigheder, ligesom det bliver nødvendigt at finde en afgiftspolitik, der hverken fritager for afgift eller fordobler den.

Et andet problem består i, at grundlaget for skatter og afgifter bliver elektronisk dokumentation. Er materialet tilgængeligt, er det pålideligt, og er det udtømmende? Desuden må der udvikles alternativer til de mange papirblanketter, der følger den traditionelle handel.

24.11.98 [tekno@tekno.dk](mailto:tekno@tekno.dk)