



Hvordan beviser man, at en e-mail er modtaget?

JURA

Af **Lars Berg Dueholm**
advokat

og **Trine Blicher Jørgensen**
stud. jur.
Lou Advokatfirma

RANDERS: Vi lever i en stadig mere og mere digital tidsalder, hvor de nye hurtigere digitale kommunikationsformer vinder frem. Brevpost er i mange henseender en uddøende race, der må vige for blandt andet e-mailen. Det er langt hurtigere, nemmere og billigere at sende en e-mail end et almindeligt brev, men hvordan kan man være sikker på, at e-mailen er nået frem, og hvis der opstår tvivl om, hvorvidt den er kommet frem eller ej, hvordan kan det så afgøres?

I 2010 blev det anslået, at der var 1,88 milliarder e-mailbrugere, og at der i gennemsnit blev sendt 262 milliarder e-mails hver dag på landsplan. Omkring 90 procent af alle de sendte e-mails er spam. De fleste har mere end en e-mail-konto, som oftest både en arbejdsmail og en privat mail, og antallet af e-mailkonti er derfor anslået til at være cirka 2,9 milliarder. Dette medvirker, at der lander cirka 10 mails i din indbakke om dagen.

Bevisbyrden

Som jurastuderende er et af de gode råd, man ofte giver videre til venner og bekendte, at de bør få aftaler på skrift. Det styrker beviset for, hvad der er aftalt, hvis der opstår tvivl, og en e-mail er i mange henseender et lige så gyldigt bevis som en underskrevet aftale.

I civile sager, hvor begge parter er private, er det som udgangspunkt sagsøgeren, der skal løfte bevisbyrden. Det vil sige, at det er den, der anlægger sagen, anklager den

anden, om man vil, der skal bevise, at den sagsøgte part er skyldig. Den sagsøgte er altid uskyldig, indtil det modsatte er bevist. Dette er et helt grundlæggende hensyn inden for retsplejen, da det vil virke urimeligt at pålægge en person at skulle løfte bevisbyrden for ikke at være skyldig.

"Kommet frem"

Den juridiske definition af, hvornår et tilbud er kommet frem til modtageren, er fastsat i aftalelovens § 2, stk. 1, hvor det fremgår at: "Har tilbudsgiveren fastsat en frist for antagelse af tilbuddet, må antagende svar være kommet frem til ham inden fristens udløb".

Det væsentlige er således, hvornår det pågældende tilbud er "kommet frem" til modtageren. Dette kaldes også for fremkomststidspunktet. Hvornår et tilbud kan anses for at være "kommet frem", kan i korthed forklares således, at det må antages at være kommet frem, når det er nået så vidt, at tilbudsgiveren under normale forhold vil have lejlighed til at gøre sig bekendt med indholdet. Et brev, som er nedlagt i adressatens brevkasse, må derved være kommet frem, i og med at adressaten har mulighed for at gøre sig bekendt med indholdet. Det er ligegyldigt, hvorvidt modtageren har tjekket sin postkasse eller ej.

Hvis et brev er lagt i en forretningsbrevkasse efter den almindelige kontortid, anses det dog først for at være kommet frem ved næste kontortids begyndelse, hvis det da ikke faktisk er læst forinden. Dette kaldes for kontortidsreglen. Selv om modtageren kan kontaktes på e-mail eller via telefax, gælder kontortidsreglen stadigvæk.

Den praksis, der danner baggrund for aftalelovens de-

initioner af, hvornår et tilbud er kommet frem, er bygget på ældre kommunikationsformer såsom brevet og telefaxen. Med udbredelsen af e-mailen er der imidlertid kommet en udvidelse af fortolkningen af aftaleloven, sådan at denne nu også dækker e-mails.

Modtaget af adressatens server

En e-mail anses for at være kommet frem, når den er modtaget af adressatens server. Hvilken postbakke, e-mailen modtages i, har ingen betydning, og man kan derfor ikke undskylde sig med, at e-mailen var modtaget i "spam"-postbakken.

Der foreligger ikke i praksis tvivl om, hvornår en e-mail er modtaget, men hvordan det bevises, at en e-mail er modtaget, hvis modtageren nægter at have modtaget den, er dog straks sværere. Har modtageren slettet e-mailen, bliver det påstand mod påstand. Det er endnu så ny en problemstilling, at det ikke selvstændigt har været grundlag for behandling ved domstolene, og det er derfor endnu ikke afgjort i praksis.

Gode råd

Henset til bevisværdien af en e-mail bør man dog forsøge, i videst muligt omfang, at sikre sig bevis for, at e-mailen er

modtaget. Dette kan blandt andet gøres ved at anmode om en kvittering for, at mailen er læst. Dette kan gøres i mailsystemet Outlook ved at vælge "indstillinger" i menubjælken og herefter sætte hak i rubrikken "anmod om kvittering, når meddelelsen er modtaget". Har man anmodet om en kvittering for, at mailen er læst, og modtaget denne, så vil det styrke beviset for, at mailen er modtaget. Tilsvarende er det også muligt at anmode om en kvittering for, at mailen er læst. Modtageren af mailen har dog mulighed for at afvise anmodningen.

Mange større virksomheder har en automatisk besked, der bliver sendt, når de har modtaget en henvendelse fra en kunde. Denne kan også være nyttig at gemme, da den kan bevise, at e-mailen er modtaget på deres server.

Det er også en mulighed at anmode modtageren om at bekræfte modtagelsen af e-mailen med det samme. Kommer det senere til en juridisk tvist, vil man således have en gyldig tilkendegivelse på modtagelse af e-mailen.



↓ Advokaterne skriver

I hver udgave af ErhvervsMagasinet vil advokater fra Lou Advokatfirma på skift skrive om aktuelle og alment interessante juridiske problemstillinger.

Lou Advokatfirma udfører rådgivning og bistand især til danske og udenlandske virksomheder samt organisationer og private.

Firmaet beskæftiger flere end 60 medarbejdere heraf over 20 jurister med individuelle kompetencer inden for juraens kerneområder.

En del af firmaets ydelser er tillige ejendomsadministration af cirka 7000 enheder.

Med kontorer i Randers, Hobro, Aarhus og København yder Lou Advokatfirma rådgivning og bistand over hele landet, og gennem international deltagelse i The Geneva Group har firmaet adgang til lokal ekspertise inden for juridiske og skattemæssige forhold i lande over det meste af verden.



Denne uges skribenter er:

LARS BERG DUEHOLM OG TRINE BLICER JØRGENSEN