

MEMO

Aan : Members of European Parliament (IMCO)
Van : Thuiswinkel.org (Dutch Entrepreneurs in Distant Selling)
Onderwerp : Consumer Rights (Directive), COM(2008) 614/3, 2008/0196(COD)

Algemene opmerkingen

- Thuiswinkel.org is Dé Belangenbehartiger voor professionele webwinkels in Nederland. De ruim 1.200 gecertificeerde leden zijn goed voor zo'n 75 procent van alle online consumentenbestedingen in Nederland. Met ruim 8 miljard euro online retailomzet is Nederland de vierde markt in Europa. Webwinkels en leden van Thuiswinkel.org bieden Nederland meer dan 100.000 (volledige) arbeidsplaatsen.
- Thuiswinkel.org dankt de Commissie en het Parlement voor het uitvoerige werk dat is verricht aan deze ontwerp Richtlijn. Onze organisatie maakt graag gebruik van de gelegenheid om haar visie op de voorgestelde regeling met u te delen.
- Maximale harmonisatie op het terrein van consumentenrechten in het algemeen en in het bijzonder op het terrein van verkoop en dienstverlening op afstand is voor Thuiswinkel.org zeer belangrijk om een gelijk speelveld te bewerkstelligen voor verkopers op afstand die hun producten en diensten over de grenzen heen leveren aan consumenten op de Europese markt. Één level playing field enerzijds voor e-commerce en andere verkoop en dienstverlening op afstand in Europa én anderzijds zoveel mogelijk gelijke regels voor de reguliere detailhandel (bricks) als de verkopers op afstand (clicks). Gelijke regels voor gelijke bedrijfsactiviteiten – detailhandel in de klassiek winkel of online – is voor thuiswinkel.org uitgangspunt. Hoewel vergaande harmonisatie voor ons wenselijk is heeft Thuiswinkel.org geen grote bezwaren tegen het schrappen van de hoofdstukken 4 en 5 uit de richtlijn, gezien de aard van onderwerpen die daar geregeld zijn.
- Thuiswinkel.org vraagt het parlement ervoor te waken dat de hoeveelheid aan regels niet ten koste gaat van de kwaliteit van regelgeving. Doorschieten in extra regels die verzwarend werken voor een jonge, groeiende dynamische sector lijkt Thuiswinkel.org een ongewenst effect. Daarbij merken wij op dat het proces van totstandkoming van deze ontwerp richtlijn niet uitblinkt in helderheid en duidelijkheid. De omvang van het geleverde werk en het aantal daarop ingediende amendementen maakt het voor (kleinere) organisaties schier onmogelijk om de merites van alle voorstellen te doorgronden, lastig om het overzicht over de voorstellen te behouden en daarom ook moeilijk om een coherent, bondig en overzichtelijk commentaar op de voorstellen te leveren. In onze reactie zullen we ons derhalve beperken tot onze hoofdonderwerpen, waarbij de betrokken artikelen en (meestal door ons gewraakte) amendementen gegroepeerd worden benoemd.
- Belangrijkste thema's voor Thuiswinkel.org zijn: definities, informatieverplichtingen, gebruik tijdens de zichttermijn en (consequenties van) het uitoefenen van het herroepingsrecht.

Hoofdstuk I Definities e.d.

Artikel 2, lid 1 – Definities

Algemene opmerking

- Thuiswinkel.org roept op te waken voor het onnodig oprekken of inperken van gedefinieerde begrippen.

Sub 1 'Consument'

- Thuiswinkel.org ontraadt amendementen¹ die het begrip 'consument' oprekken naar die situaties waarin de klant deels als consument en deels als professional handelt. Dit om te blijven aansluiten bij het begrip consument zoals dat wordt gehanteerd in andere richtlijnen en verordeningen dan die welke worden bestreken door het Richtlijnvoorstel inzake consumentenrechten en in de rechtspraak van het Europese Hof. In de praktijk is niet gebleken dat de huidige definitie van consument (de natuurlijke persoon die niet handelt in de uitoefening van beroep of bedrijf) aanpassing behoeft.

Sub 4 'goederen'.

- Thuiswinkel.org pleit verder voor handhaving van het huidige onderscheid tussen goederen en diensten. Enkele amendementen² willen deels bewerkstelligen dat digitale diensten en content onder de definitie van "goods" (zaken) komen te vallen. Dit zou slecht aansluiten en een fundamentele inbreuk zijn op het systeem van goederen en zakenrecht zoals dat in de meeste Europese nationale rechtstelsels wordt gehanteerd. Deze maken immers een traditioneel onderscheid tussen enerzijds zaken (goods) en andere vermogensrechten (dienstverlening)

Het sluit niet aan bij deze systemen als dienstverlening naar consumenten toe zou worden beschouwd als een zaak. Thuiswinkel.org wil graag het huidige onderscheid tussen enerzijds de levering van zaken/goods (voor menselijke beheersing vatbare stoffelijke objecten) en de levering van diensten/services behouden en is derhalve tegen zulke amendementen die dat onderscheid (deels) willen opheffen. Digitale diensten (content) zijn nu eenmaal geen zaken.

Sub 10 'duurzame drager'

- Onze organisatie steunt de voorstellen voor het aanvullen³ van de definitie van 'duurzame drager' (durable medium) omdat deze nieuwe definitie tevens alle schriftelijke verklaringen (statements in writing) op digitale dragers omvat. Dat schept duidelijkheid en geeft aan dat een geschrift niet alleen op klassieke media als papier kan worden gehanteerd, maar dat ook teksten op een digitale drager wordt gezien als een geschrift. Zo wordt voor de praktijk helder dat ook een email wordt gezien als een geschrift. Dit maakt dat digitale communicatie dezelfde status heeft als communicatie op papier, hetgeen door onze organisatie als een zeer wenselijke ontwikkeling wordt beschouwd. Verder steunen wij de opvatting dat van een durable medium sprake is als de consument de digitale boodschap kan opslaan en ongewijzigd kan reproduceren c.q. oproepen gedurende de tijd die redelijkerwijs nodig is voor de juiste uitvoering van de betreffende overeenkomst.

Hoofdstuk II Consumenteninformatie

Algemene opmerkingen

- Rond het verstrekken van informatie dienen volgens Thuiswinkel.org de volgende uitgangspunten te gelden:
 - Aparte vermelding dat prijzen inclusief BTW zijn, is overbodig want gebruikelijk in detailhandel bij transacties B2C en overigens in de meeste lidstaten ook dwingendrechtelijk voorgeschreven.
 - Het is (door consumenten) algemeen aanvaard dat soms naar informatie gescrold moet worden.

¹ Amm. 236 (-), 237 (-) en 252 (-)

² Amm. 236, 238, 255, 260, 283

³ Amm. 284 - 295

Artikel 5 – algemene informatieverplichtingen

Algemene opmerkingen

- Thuiswinkel.org is, ten behoeve van een gelijk speelveld, voorstander van algemene informatieregels die voor alle verkopers gelden en eventueel enige bijzondere informatieverplichtingen voor verkopers op afstand. Bijvoorbeeld ten aanzien van het herroepingsrecht en afleverkosten.
- Thuiswinkel.org ontraadt voorstellen⁴ om de precontractuele informatieverplichtingen uit de richtlijn te beperken tot op afstand gesloten overeenkomsten en colportage. Er zijn geen goede redenen om de informatieverplichtingen voor verkopers op afstand zwaarder te doen zijn dan voor gewone verkopers.
- Precontractuele informatieverplichtingen zouden alleen moeten bestaan voor zover deze informatie voor de gemiddelde consument niet duidelijk is uit de context van het aanbod en de contractsluiting.⁵ Daarbij dient uit te worden gegaan van de gemiddelde geïnformeerde consument. Deze is doorgaans zeer wel in staat de door hem gewenste precontractuele informatie snel en adequaat te vinden.
- Uitgangspunt dient te zijn dat de consument de voor hem relevante informatie eenvoudig moet kunnen vinden op het moment dat hij daar behoefte aan heeft en dat deze informatie hem niet ongevraagd en herhaaldelijk wordt opgedrongen. Daar bij is onze ervaring dat het opdringen van informatie aan de klant op momenten dat deze er geen behoefte aan heeft, leidt tot onnodige klantirritatie. Zo hebben bijvoorbeeld de meeste consumenten er doorgaans absoluut geen behoefte aan om op het moment van oriëntatie op het aanbod van de ondernemer, diens KvK inschrijvingsnummer of diens BTW-identificatienummer te vernemen.
- De informatieverplichtingen moeten niet doorschieten in onnodige herhalingen. Om de consument te informeren over het feit dat alle door de ondernemer gehanteerde prijzen inclusief afleverkosten zijn is het niet nodig om dat bij elke prijsaanduiding telkens weer aan te geven. Dat kan ook door middel van één enkele voor de klant duidelijke mededeling op het moment dat de klant op de website van de ondernemer binnenkomt. Het steeds weer herhalen van steeds weer dezelfde boodschap, wekt niet alleen irritatie bij de consument omdat hij kennelijk voor dom wordt versleten of verdacht wordt van beperkte geheugencapaciteit, maar leidt ook tot onnodige belasting en kosten van het bedrijfsleven.
- Taal van informatieverplichtingen. De ondernemer zou zich moeten mogen beperken tot de eigen taal en, mits dit doelmatig is voor het geografische bedieningsgebied, algemeen toegankelijke talen als Engels, Frans, Duits en Spaans. Er zijn amendementen⁶ die stellen dat de informatieverplichting moet worden gedaan in een taal die de consument begrijpt. Dit is onnodig belastend voor ondernemingen omdat informatie zal moeten worden aangeboden in alle talen van de geografische ruimte waarin hij zijn producten of diensten aanbiedt. De ondernemer die een bepaald publiek niet bereikt vanwege taalproblemen zal indien hij dat publiek wil bereiken zelf het nodige doen om deze taalproblemen op te lossen. De verplichting om te communiceren in een voor de consument begrijpelijke taal, gaat bovendien voorbij aan het feit dat een aanzienlijk deel van de Europese bevolking functioneel analfabeet is en voor hen in feite praktisch geen enkele taal begrijpelijk zal zijn. Een probleem dat de meeste ondernemers ondervangen door het gebruik van duidelijke pictogrammen. Derhalve pleit Thuiswinkel.org er voor dat de wettelijke informatieverplichtingen die op de ondernemer rusten dusdanig worden ingevuld in de nieuwe Richtlijn dat deze ook door middel van moderne communicatietechnieken als pictogrammen, banners, pop-ups, videoboodschappen, gesproken tekst etc. mogen worden ingevuld, waarbij als toetsingscriterium dient te worden gehanteerd of de informatie gezien

⁴ Amm. 70 (-) Am. 73 (+) 241 (-)

⁵ Amm. 297 - 300

⁶ Amm. 301 en 305

de doelgroep, het gebruikte medium of platform en het specifieke product of dienst voldoende duidelijk en tijdig is gecommuniceerd.

- Informatie over afleverkosten en het herroepingsrecht moeten volgens Thuiswinkel.org worden verstrekt op het moment dat er sprake is van een uitnodiging tot aankoop. Dat is het moment waarop de consument op basis van gedetailleerde informatie een overwogen keuze kan maken tussen (soortgelijke) producten. In de regel is dat niet het geval op de homepage of pagina's met een eerste zoekresultaat.

Hoofdstuk III - Consumenteninformatie en herroepingsrecht

Artikel 9 - informatievoorschriften

Sub f: extra informatie dat de ovk wordt gesloten met een handelaar en de consument de bescherming van deze richtlijn geniet.

De gemiddelde consument zal van de Richtlijn geen kennis hebben, dus biedt deze verplichting geen aanvullende zinvolle informatie voor de consument maar ondertussen wel een extra last voor ondernemingen. Thuiswinkel.org is derhalve tegen het opleggen van zulk een verplichting op de ondernemer.

Artikel 11 – formele vereisten overeenkomst

Thuiswinkel.org is van mening dat de formele vereisten die worden gesteld aan de totstandkoming van een overeenkomst op afstand zoals die worden voorgesteld in het richtlijnvoorstel niet moeten worden uitgebreid. Thuiswinkel.org is tegen een extra bevestiging van de consument van de overeenkomst nadat het sluiten van de overeenkomst door de ondernemer is bevestigd. Dit is in onze visie een onnodige extra belemmering voor het sluiten van een overeenkomst op afstand. De ondernemer heeft immers enerzijds al de verplichtingen om de consument vóór het sluiten van de overeenkomst de gelegenheid te bieden de door hem ingevulde gegevens te controleren en eventueel te corrigeren en anderzijds de verplichting de op elektronische wijze afgesloten overeenkomst te bevestigen en heeft de consument de mogelijkheid om tot aan deze bevestiging de overeenkomst op te zeggen. Een dergelijke eis wordt ook niet gesteld bij het sluiten van contracten in een gewone winkel en zou leiden tot een ongewenste belemmering van het online contracten sluiten en een ongelijke positie tussen verkopers in gewone klassieke winkels en verkopers op afstand.

Artikel 12 – duur en begin van de herroepingstermijn

Thuiswinkel.org is zeer tevreden met de voorgestelde regeling waarin de herroepingstermijn bij deelleveringen gaat lopen zodra het laatste deel ontvangen is⁷. Dat is een punt dat onder de huidige richtlijn niet eenduidig is geregeld en duidelijkheid en helderheid in dezen komt alle marktpartijen ten goede.

Thuiswinkel.org heeft geconstateerd dat de verschillende aanvangstermijnen van de bedenktijd voor zaken (aanvang bij aflevering) en diensten (aanvang bij het sluiten van de overeenkomst) in de praktijk leiden tot problemen indien sprake is van een gemengd contract waarin zowel sprake is van de levering van zaken als van diensten (bijvoorbeeld de aankoop van een mobiele telefoon met een bijbehorend abonnement). In dat geval loopt de bedenktijd voor de dienst en de levering van de zaak immers niet synchroon. Levering van de zaak vindt immers doorgaans pas enkele dagen na contractsluiting plaats. Dat betekent in de praktijk dat de overeenkomst met betrekking tot de zaak langer kan worden herroepen dan de overeenkomst met betrekking tot de dienst. Dat is ongewenst en niet aan de consument uit te leggen.

Thuiswinkel.org is dan ook blij met amendement 101 waarin voor deze problematiek van het

⁷ Am. 98 (+)

niet gelijk lopen van bedenktijden voor de verschillende onderdelen van de overeenkomst duidelijk en adequaat wordt opgelost.

Artikel 13 – weglaten van informatie over het herroepingsrecht

- Thuiswinkel.org is van mening dat de huidige regeling waarin bij het achterwege laten van informatie over het herroepingsrecht door de ondernemer, de termijn voor herroepingsrecht van rechtswege wordt uitgebreid tot 3 maanden na het sluiten van de overeenkomst (diensten) of aflevering van de zaak, afdoende bescherming biedt aan de consument. Een uitbreiding van die termijn naar een jaar is in dat licht ongewenst, mede om rechtsonzekerheid voor de ondernemer te voorkomen. Amendement 102 wordt derhalve ten strengste ontraden.⁸

Artikel 14 – Uitoefening van het herroepingsrecht

Thuiswinkel.org steunt de amendementen 105 en 106⁹ waarin wordt aangedrongen op het expliciet vermelden in artikel 14 lid 2 van het Richtlijnvoorstel van de mogelijkheid voor de consument om digitaal te herroepen.

Artikel 16 – verplichting handelaar bij herroeping

- Thuiswinkel.org is van mening dat de verplichting van de ondernemer om in geval van herroeping door de consument aan deze de in rekening gebrachte verzend en afleverkosten te retourneren, beperkt dient te blijven tot de gebruikelijke standaardkosten voor verzending en aflevering. Kosten als gevolg van bijzondere wensen van de consument (bijvoorbeeld express levering) of als gevolg van het bijzondere geografische adres van de consument (de consument woont op grote afstand of op voor distributeurs moeilijk en slechts tegen hoge kosten bereikbare plekken) beperkt dienen te blijven tot de standaardkosten voor aflevering.. Thuiswinkel.org steunt derhalve amendement 109¹⁰ waarin wordt voorgesteld deze extra verzend en bezorgkosten niet ten laste te laten komen van de ondernemer.
- Thuiswinkel.org steunt de voorgestelde regeling van artikel 16 lid 2 van de ontwerp richtlijn die bepaalt dat terugbetaling van door de consument betaalde bedragen in geval van herroeping door de ondernemer pas hoeft te geschieden als de ondernemer de goederen heeft terugontvangen of als de consument kan aantonen dat hij de betreffende goederen voor terugzending heeft aangeboden. Het voorstel in amendement 110 om aan deze regeling toe te voegen “tenzij de ondernemer heeft aangeboden de goederen zelf te komen of laten ophalen” wordt door Thuiswinkel.org ten zeerste ontraden. Dit omdat het enkele aanbod van de ondernemer een onjuist criterium zou zijn dat in tegenspraak is met hoofdregel dat de ondernemer pas hoeft terug te betalen als hij de goederen weer in zijn bezit heeft. Op het tijdstip dat de ondernemer aanbiedt dat hij de goederen zelf zal ophalen, staat immers nog lang niet vast op welk tijdstip hij deze goederen daadwerkelijk kan ophalen. In dat licht zou het, temporeel gezien, eerder voor de hand liggen om het moment van terugbetalingsverplichting te koppelen aan het moment waarop de ondernemer de goederen daadwerkelijk bij de consument ophaalt. Een extra regeling is daar echter niet voor nodig, omdat deze situatie ook al gedekt wordt door de algemene regel dat de ondernemer moet terugbetalen op het moment dat hij de goederen heeft terugontvangen of opgehaald (collected). Amendement 110 wordt derhalve ontraden¹¹.

Artikel 17 – Verplichtingen van de consument bij herroeping

In artikel 17 lid 1 van het Richtlijnvoorstel wordt geregeld dat de consument in geval van herroeping nog 14 dagen de tijd heeft, te rekenen vanaf het moment van herroeping, om de goederen terug te zenden. Deze termijn is absoluut veel te lang. Zeker als men bedenkt dat in

⁸ Am. 102 (-)

⁹ AMM. 105 (+) en 106 (+)

¹⁰ Am. 109 (+)

¹¹ Am. 110 (-)

het richtlijnvoorstel de huidige bedenktijd van 7 werkdagen is verlengd naar 14 kalenderdagen. De combinatie van een bedenktijd van 14 dagen en een terugzendtermijn van maximaal 14 dagen (waarbij bepalend is het moment waarop de consument terugzend en niet het moment waarop de ondernemer de goederen terugontvangt) brengt in het ongunstigste geval met zich dat de ondernemer de door de consument bestelde goederen meer dan een maand uit voorraad heeft. Met name voor producten die onderhevig zijn aan sterk prijsverval (denk bijvoorbeeld aan elektronica) is dat een zeer slechte zaak. De ondernemer kan zulke goederen na afloop van een maand waarschijnlijk niet meer verkopen voor de door hem betaalde inkoopprijs, omdat de economische waarde van het product in het tijdsbestek van een maand substantieel verminderd is. Daarnaast is Thuiswinkel.org van mening dat de consument die herroept met een herroepingstermijn van 14 kalenderdagen voldoende tijd wordt gegund om de goederen ook in dit tijdsbestek terug te zenden. Thuiswinkel.org bepleit derhalve dat consumenten die gebruik maken van het herroepingrecht ten laatste aan het einde van de herroepingstermijn van 14 dagen de goederen aan de ondernemer moet terugzenden.

- Zoals al eerder aangegeven pleit Thuiswinkel.org voor een algemene voorziening met betrekking tot de aanvang en duur van de bedenktijd in geval van gemengde overeenkomsten waarin een combinatie van dienst(en) en een zaak wordt aangeboden (bijvoorbeeld mobiele telefoon en bijbehorend abonnement) waarin wordt gekozen voor één ingangstijdstip voor zowel het dienstendeel als het leveren van de zaak. In dat kader zijn wij overigens tegen amendementen¹² die voorstellen een algemene bedenktijd van 14 dagen in te voeren die aanvangt vanaf het moment van het sluiten van de overeenkomst. Dat lijkt ons echter onlogisch nu tegelijkertijd bepaalt is dat bij de verkoop van zaken de bedenktijd pas in gaat nadat de consument de zaak in zijn macht heeft gekregen (bij aflevering dus).

Kosten van retourzendingen

- Thuiswinkel.org vindt het een prima uitgangspunt dat de directe kosten voor retourneren goederen voor rekening van consument zijn.

In dat licht is Thuiswinkel.org er tegen dat, zoals sommige amendementen voorstellen, de ondernemer in geval van herroeping door de consument de kosten van terugzenden van de goederen door de consument moet gaan betalen zodra de bestelling meer dan €50,- bedraagt¹³. Dat sluit niet aan bij de praktijk in het merendeel van de lidstaten en is bovendien niet logisch als men bedenkt dat degene die herroept c.q. in beginsel dient te zorgen voor het ongedaan maken van de ontvangen prestatie. Zulk een verplichting is bovendien kostenverhogend voor de ondernemer en deze zal deze kosten uiteindelijk aan de consument in rekening brengen via de aankoopprijs.

Artikel 17 lid 2 - Waardevermindering door gebruik

- Thuiswinkel.org wil expliciet onder de aandacht brengen dat de bedenktijd niet is bedoeld om te controleren of de zaak of dienst naar behoren functioneert. De regeling geldt immers als compensatie voor de onmogelijkheid om bij verkoop op afstand het gekochte product of de dienst te beoordelen zoals dat in een klassieke winkel had gekund. De betrokken amendementen¹⁴ die er op gericht zijn dat de consument de kwaliteit of de conformiteit tijdens de bedenktijd mogen beproeven worden derhalve sterk ontraden. Tegen gebrek aan kwaliteit of conformiteit wordt immers afdoende bescherming geboden door de regeling met betrekking tot de gevolgen van en de rechten van de consument bij (non) conformiteit. Indien de zaak niet naar behoren functioneert (ook na de bedenktijd) heeft de consument rechten uit non-conformiteit.

Tijdens de bedenktijd mag de consument in onze visie de zaak 'proberen' hetgeen in onze visie slechts gepaard met een zo beperkt mogelijke vorm van gebruiken. De consument mag de

¹² Amm. 311 – 312

¹³ Amm. 112 (-), 930 (-), 932 (-) worden sterk ontraden.

¹⁴ Amm. 113 (-), 306 – 310 (-)

geleverde zaak of dienst tijdens de bedenktijd c.q. zolang als hij nog niet besloten heeft of hij de geleverde zaak wil behouden alleen maar 'gebruiken' voor zover nodig om te beoordelen of men de zaak of dienst wil behouden of niet.

In dat licht is Thuiswinkel.org zeer tevreden met de voorgestelde regeling van artikel 17 lid 2 die bepaalt dat de ondernemer de schade die hij lijdt door waardevermindering door overmatig gebruik van de zaak, mag verhalen op de consument. Daarbij zouden wij het zeer toejuichen als in de regeling nadere richtlijnen en handvatten worden gegeven voor het bepalen van het antwoord op de vraag in hoeverre de consument de toegezonden zaken mag gebruiken. Daar is in de praktijk veel discussie over omdat zulke duidelijk richtlijnen ontbreken in de huidige regeling van het herroepingsrecht. In dat licht achten wij het zeer wenselijk dat de in de preambule voorgestelde regeling, dat de consument in geval van verkoop op afstand de zaak thuis op dezelfde wijze mag "proberen" als hij ook zou mogen in een normale klassieke winkel, wordt opgenomen in de voorgestelde richtlijn (bijvoorbeeld in artikel 17 lid 2 van het Richtlijnvoorstel).

Artikel 19 – uitzonderingen op het herroepingsrecht.

Sub a.

Thuiswinkel.org is van mening dat de voorgestelde regeling voor het vervallen van het herroepingsrecht in het geval dat de uitvoering van de dienst met uitdrukkelijke voorafgaande toestemming van de consument is begonnen voordat de bedenktijd is afgelopen, in de praktijk goed hanteerbaar is. In dat kader zijn wij echter tegen het voorstel van amendement 117¹⁵ dat deze toestemming dient te worden gegeven op een durable medium. Dat is een ongewenste verzwaring van het toestemmingsvereiste onnodige kosten met zich zal brengen voor zowel consument als bedrijfsleven. Wij pleiten er dan ook voor de regeling dusdanig in te richten dat de toestemming van de consument ook kan worden afgeleid uit het feit dat de consument uit eigen beweging de betreffende dienst in gebruik heeft genomen.

Sub c.

Thuiswinkel.org heeft ervaren dat er in de praktijk behoefte bestaat aan het uitsluiten van het herroepingsrecht voor goederen die om begrijpelijke hygiënische redenen niet kunnen worden teruggestuurd indien geprobeerd of gebruikt. Thuiswinkel.org steunt derhalve amendementen waarin expliciet wordt neergelegd dat 'hygiënische' goederen waarvan de verzegeling is verbroken van het herroepingsrecht worden uitgesloten¹⁶. Overigens hechten wij er aan dat de regeling waarin wordt bepaald dat goederen die overeenkomstig specifieke wensen van de consument zijn vervaardigd van het herroepingsrecht zijn uitgesloten, overeind blijft. Amendement 118 lijkt immers anders te suggereren.

Sub e.

- De regeling voor het uitsluiten van herroepingsrecht voor verzegelde goederen zoals audio, video en computerprogrammatuur indien de verzegeling daarvan is verbroken blijkt in de praktijk goed te werken. Thuiswinkel.org pleit er echter voor om deze regeling uit te breiden naar gesealde boeken of andere goederen die in fysieke winkels een in gesealde (doorzichtige) verpakking ongeopend worden verkocht (bijvoorbeeld: inktcartridges, plugs, stekertjes, koptelefoontjes etc.).

Artikel 20 lid 3 – uitgesloten overeenkomsten

- De hier genoemde uitzonderingen moeten worden gehandhaafd. Amendementen¹⁷ die deze uitzondering beogen te wijzigen of te schrappen worden door Thuiswinkel.org sterk ontraden..

Mölenberg/Hos/2011-01-20

¹⁵ Am. 117 (-)

¹⁶ Am. 118 (+)

¹⁷ Am. 128 (-)