

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 het 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. 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.
- **Gelijke regels voor gelijke bedrijfsactiviteiten** is voor thuiswinkel.org uitgangspunt. Thuiswinkel.org bepleit eenlevel playing field enerzijds voor e-commerce en andere verkoop en dienstverlening op afstand in Europa én anderzijds zoveel mogelijk gelijke regels voor zowel de reguliere detailhandel (bricks) als de verkopers op afstand (clicks).

Bijzondere opmerkingen

In het bijzonder vraagt Thuiswinkel.org aandacht voor vijf onderwerpen uit de ontwerp richtlijn.

Artikel 17 – Verplichtingen van de consument bij herroeping

- De termijn van 14 dagen die de consument nog heeft, te rekenen vanaf het moment van herroeping, om de goederen terug te zenden is absoluut veel te lang. Zeker als men bedenkt dat in het richtlijnvoorstel de huidige bedenktijd van 7 werkdagen is verlengd naar 14 kalenderdagen.

Motivatie: De combinatie van een bedenktijd van 14 dagen en een terugzendtermijn van maximaal 14 dagen (waarbij bepalend is het moment waarop de consument terugzendt 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.

Artikel 17 lid 2 - Waardevermindering door gebruik

- De amendementen¹ die er op gericht zijn dat de consument de kwaliteit of de conformiteit tijdens de bedenktijd mogen beproeven, worden sterk ontraden. Thuiswinkel.org wil expliciet onder de

¹ Aamm. 113 (-), 306 – 310 (-)

aandacht brengen dat de bedenktijd niet is bedoeld om te controleren of de zaak of dienst naar behoren functioneert.

Motivatie: Indien de zaak niet naar behoren functioneert (ook na de bedenktijd) heeft de consument elders voorziene rechten uit non-conformiteit. De regeling hier betreft een 'zichttermijn' en is geen 'gebruiktermijn'. Deze regeling is bedoeld 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.

Kosten van retourzendingen

- Thuiswinkel.org vindt het een prima uitgangspunt dat de directe kosten voor het retourneren goederen voor rekening van de consument zijn.
- Thuiswinkel.org verzet zich tegen voorstellen² die regelen dat 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,- bedraagt.

Motivatie: deze amendementen sluiten niet aan bij de praktijk in het merendeel van de lidstaten. Het 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. De verplichting is kostenverhogend voor de ondernemer en deze zal deze kosten uiteindelijk aan de consument in rekening brengen via de aankoopprijs.

Artikel 11 – formele vereisten overeenkomst

- Thuiswinkel.org verzet zich tegen een extra bevestiging van de consument van de overeenkomst nadat het sluiten van de overeenkomst door de ondernemer is bevestigd. 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.

Motivatie. Dit is in onze visie een onnodige extra belemmering voor het sluiten van een overeenkomst op afstand. 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 afsluiten van contracten. Ook levert dit een ongelijke positie op tussen verkopers in klassieke winkels en verkopers 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.

Artikel 19 sub c – uitzonderingen op het herroepingsrecht

- Thuiswinkel.org steunt voorstellen waarin expliciet wordt neergelegd dat 'hygiënische' goederen waarvan de verzegeling is verbroken van het herroepingsrecht worden uitgesloten³.

Motivatie: 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. 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.

Mölenberg/Hos/2011-01-24

² Amm. 112 (-), 930 (-), 932 (-) worden sterk ontraden.

³ Am. 118 (+)