
Praktisch Consumentenrecht

Mr. H.M. Liedekerken

Eerste druk



Noordhoff Uitgevers

Praktisch Consumentenrecht

In de serie **Praktisch Recht** zijn inmiddels verschenen

Praktisch Arbeidsrecht
Praktisch Bedrijfsrecht
Praktisch Bestuursprocesrecht
Praktisch Bestuursrecht
Praktisch Bijzondere Overeenkomstenrecht
Praktisch Burgerlijk Procesrecht
Praktisch Fiscaalrecht
Praktisch Gemeenterecht
Praktisch Gezondheidsrecht
Praktisch Goederenrecht
Praktisch Jeugd(straf)recht
Praktisch Socialezekerheidsrecht
Praktisch Staatsrecht
Praktisch Straf(proces)recht
Praktisch Verbintenissenrecht

Praktisch Consumentenrecht

Mr. H.M. Liedekerken

Eerste druk

Noordhoff Uitgevers Groningen | Houten

Ontwerp omslag: G2K
Omslagillustratie: iStockphoto

Eventuele op- en aanmerkingen over deze of andere uitgaven kunt u richten aan: Noordhoff Uitgevers bv, Afdeling Hoger Onderwijs, Antwoordnummer 13, 9700 VB Groningen, e-mail: info@noordhoff.nl

Met betrekking tot sommige teksten en/of illustratiemateriaal is het de uitgever, ondanks zorgvuldige inspanningen daartoe, niet gelukt eventuele rechthebbende(n) te achterhalen. Mocht u van mening zijn (auteurs)rechten te kunnen doen gelden op teksten en/of illustratiemateriaal in deze uitgave dan verzoeken wij u contact op te nemen met de uitgever.

Aan de totstandkoming van deze uitgave is de uiterste zorg besteed. Voor informatie die desondanks onvolledig of onjuist is opgenomen, aanvaardt auteur(s), redactie en uitgever geen aansprakelijkheid. Voor eventuele verbeteringen van de opgenomen gegevens houden zij zich aanbevolen.

0 1 2 3 4 5 / 15 14 13 12 11

© 2011 Noordhoff Uitgevers bv Groningen/Houten, The Netherlands.

Behoudens de in of krachtens de Auteurswet van 1912 gestelde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Voor zover het maken van reprografische verveelvoudigingen uit deze uitgave is toegestaan op grond van artikel 16h Auteurswet 1912 dient men de daarvoor verschuldigde vergoedingen te voldoen aan Stichting Reprorecht (postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.reprorecht.nl). Voor het overnemen van gedeelte(n) uit deze uitgave in bloemlezingen, readers en andere compilatiewerken (artikel 16 Auteurswet 1912) kan men zich wenden tot Stichting PRO (Stichting Publicatie- en Reproductierechten Organisatie, postbus 3060, 2130 KB Hoofddorp, www.stichting-pro.nl).

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted, in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise, without the prior written permission of the publisher.

ISBN (ebook) 978 90 01 84844 6

ISBN 978 90 01 80504 3

NUR 820

Woord vooraf

Zoals ooit het Romeinse recht uitwaaierte over Europa, zo waaieren tegenwoordig richtlijnen en verordeningen uit over de lidstaten van de Europese Unie. Het doel dat de EU daarbij voor ogen heeft is tweeledig: enerzijds de werking van de interne markt bevorderen door de concurrentiepositie van de ondernemers in de EU gelijk te stellen en anderzijds de consument beschermen tegen onder meer misleiding, onredelijke voorwaarden of onveiligheid.

Praktisch Consumentenrecht neemt als uitgangspunt overeenkomsten tussen een professionele aanbieder en een natuurlijk persoon, niet handelend in de uitoefening van beroep of bedrijf, de zogenoemde b2c-verhouding. Voor de consument gelden veelal specifieke regels en juist op die regels wordt ingezoomd. In de uitsluitende aandacht voor de b2c-relatie is dit studieboek bijzonder.

Het was een uitdaging om het consumentenrecht in negen qua omvang ongeveer gelijke hoofdstukken te verdelen, bij elk te bespreken wetsartikel voorbeelden te zoeken en de vragen te bedenken. Twee mensen wil ik op deze plek bedanken. Collega in het vak Annemiek Pouw dank ik voor het meelezen en de feedback die daarop volgde. Mijn man dank ik voor zijn support in het algemeen. Van hem kreeg ik trouwens, na uren vergeefs te hebben gezocht in de wetsgeschiedenis, het antwoord op de vraag waarom gas in beginsel wel, maar elektriciteit niet als roerende zaak wordt aangemerkt.

Ik draag het boek op aan mijn oom Jan Weijermans. Regelmatig spraken wij met elkaar over recht en onrecht; ons laatste gesprek, kort voor zijn overlijden, ging over consumentenrecht en is de aanleiding geweest om over dit onderwerp te schrijven.

Buchten, januari 2011
Riki Liedekerken

Inhoud

	Inleiding	11
1	Consument in Europa	13
	Casus: Het fitnessabonnement	13
1.1	Consument en bedrijf	14
1.2	Bronnen van het consumentenrecht	21
1.3	Toezichthouders	25
1.4	Belangenorganisaties	28
	Samenvatting	30
	Studie-eindrigen	31
2	Koop van producten	33
	Casus: De pup	33
2.1	Voorwaarden consumentenkoop	35
2.2	Non-conformiteit	38
2.3	Acties vanwege non-conformiteit	45
2.4	Garantie	48
	Samenvatting	51
	Studie-eindrigen	53
3	Afnemen van diensten	55
	Casus: Naar de kapper	55
3.1	Soorten diensten	56
3.2	Overeenkomst van opdracht	58
3.3	Inhoud en uitvoering overeenkomst van opdracht	61
3.4	Bijzondere vormen van opdracht	68
	Samenvatting	72
	Studie-eindrigen	74
4	De geïnformeerde consument	77
	Casus: Het paardenmiddel	77
4.1	Onerlijke handelspraktijken	79
4.2	Misleidende en agressieve praktijken	83
4.3	Mogelijke acties bij onerlijke praktijken	88
4.4	Algemene voorwaarden	90
	Samenvatting	95
	Studie-eindrigen	97

5	Overeenkomsten op afstand	99
	Casus: Zoonlief, bedankt!	99
5.1	Kenmerken overeenkomsten op afstand	101
5.2	Recht op informatie	103
5.3	Ontbindingsrecht	106
5.4	Elektronische handel	108
5.5	Gelijkstelling elektronische en schriftelijke overeenkomst	116
	Samenvatting	117
	Studie-eindraven	119
6	Conflicten oplossen	123
	Casus: Wel tickets, maar geen festival	123
6.1	Klagen	124
6.2	Alternative Dispute Resolution	131
6.3	Europese procedure geringe vorderingen	138
6.4	Dagvaardingsprocedure	140
	Samenvatting	145
	Studie-eindraven	147
7	Op vakantie	149
	Casus: Vakantieperikelen	149
7.1	Treinreizigers	150
7.2	Vliegtuigpassagiers	157
7.3	Reisovereenkomst	160
7.4	Timesharing	166
	Samenvatting	168
	Studie-eindraven	170
8	Veilige producten	173
	Casus: Skydancer	173
8.1	Regeling productaansprakelijkheid	175
8.2	Benadeelde moet bewijzen	182
8.3	De nieuwe Voedsel en Waren Autoriteit	184
8.4	Drie casussen over aansprakelijkheid	189
	Samenvatting	193
	Studie-eindraven	195

- 9** **Geld lenen** 197
 Casus: Murphy's law 197
9.1 Rekening-courant met kredietlimiet 198
9.2 Juridische strijd 202
9.3 Bescherming persoonsgegevens 204
 Samenvatting 210
 Studie-eindvragen 212

Antwoorden tussenvragen 213

Begrippenlijst 223

Lijst met afkortingen 228

Literatuur 230

Register 231

Inleiding

De betekenis van het woord consument is sinds de Romeinen gelijk gebleven: eindgebruiker van geproduceerde goederen. De omgeving van de eindgebruiker is daarentegen drastisch veranderd, zeker na de industriële revolutie toen massale productie van goederen mogelijk werd. Eind 19 eeuw trokken producenten zich nog niet veel aan van de belangen van de gewone consument, die ook door gebrek aan kennis zich van alles moest laten welgevallen. Zo werd er bijvoorbeeld volop geknoeid met brood en melk en door te eten met een bestek dat voor 90% uit lood bestond werden velen vergiftigd. In 1919 is de Warenwet ingevoerd en verschenen controleurs om steekproeven te nemen. In 1924 schreef de *Leeuwarder Courant* een stuk over het jaarverslag van de Provinciale Keuringsdienst.

Verslag Provinciale Keuringsdienst Friesland

Door de keurmeesters werden 7450 bezoeken aan fabrieken, opslagplaatsen, winkels enz. gebracht, waarbij partijen diverse waren in ondeugdelijken toestand werden aangetroffen en aan de consumptie onttrokken. [...] In de mondstukken van verschillende chocolade- of dropsigaretten

werd koper gevonden. Den fabrikant werd aangeraden deze mondstukken te verwijderen. [...] Onderzocht werden aardappelstampers, lepels, vorken, fluitketels enz. In totaal werden 60 monsters onderzocht, waarvan 29 monsters veel of althans te veel lood bevatten.[...] ■

Bron: Archief *Leeuwarder Courant*, 7 mei 1924

In de jaren erna verbeterde veel. Door de opmars van de grote warenhuizen en supermarkten viel de relatie met de lokale winkelier grotendeels weg en moest de consument gaan vertrouwen op zijn eigen oordeel wanneer hij voor het steeds uitgebreide productenaanbod stond. In januari 1953 werd de Consumentenbond opgericht en een paar maanden later verscheen het eerste vergelijkend warenonderzoek, een test van zes merken lucifers.

Inmiddels is consumentenbescherming niet meer weg te denken van de agenda van alle stakeholders. Consumenten moeten een afgewogen keuze kunnen maken uit het steeds veranderend en nog steeds groter wordende aanbod. Daartoe hebben zij juiste informatie nodig, transparante informatie, die hen niet misleidt. Verleiden ja, misleiden nee. Ook moeten zij bij laagdrempelige instanties kunnen klagen over een onjuiste uitvoering van de overeenkomst en hun rechten kunnen uitoefenen.

De 27 lidstaten van de Europese Unie hebben een deel van hun soevereiniteit afgestaan om gestalte te kunnen geven aan een interne markt. Ondernemers ervaren in die markt in toenemende mate dezelfde regels betreffende consumentenbescherming, wat de 490 miljoen consumenten ten goede komt. Consumenten verlangen naar service en willen serieus genomen worden in klachten. Het besef groeit dat klagende consumenten bedrijven een kans bieden en dat juist de klanten die niet klagen maar wegblijven een probleem zijn voor de ondernemer. De rechten voor de consument zijn omgekeerd de plichten voor de ondernemer en daarom is kennis van het consumentenrecht voor beide partijen zinvol.

In *Praktisch Consumentenrecht* wordt de particulier gevolgd die een product koopt, in de winkel of via internet, een dienst afneemt als het nemen van een abonnement, die naar de kapper gaat, een lening afsluit, een reis boekt of schade oploopt door gebrekkige zaken. Welke rechtsregels zijn van toepassing op deze overeenkomsten en hoe kan de consument zijn rechten uitoefenen?

Het boek biedt een praktische inleiding in het Europese consumentenrecht voor hbo-studenten in de laatste fase van de studie. Het boek is geen handboek maar een studiemethode met een didactische opzet, met samenvatting, kernbegrippenlijst, tussenvragen en studie-eindvragen. Regelmatig worden wetsartikelen van a tot z geanalyseerd om diepgang te bereiken. Ten gunste van de omvang en hanteerbaarheid van het boek zijn niet alle facetten van het consumentenrecht even diepgaand behandeld (bijvoorbeeld de financiële consument) of zijn sommige aspecten niet aan bod gekomen, zoals de toenemende aandacht voor de bescherming van minder validen of verstandelijk gehandicapte consumenten. Na studie van het aangeboden materiaal moet de student in staat zijn ontbrekende onderwerpen zelf op te pakken.

Het gebruik van een wetboek en het opzoeken van juridische bronnen is noodzakelijk en wordt gestimuleerd. Vele voorbeelden illustreren de theorie. Voorondersteld wordt dat de beginselen van het verbintenissenrecht bekend zijn, maar de stof geeft evenzeer de gelegenheid om de basis te herhalen. De openingscasus waarmee elk hoofdstuk begint, is 'uit het leven gegrepen' en wordt gevolgd door uitleg in didactisch gegroepeerde paragrafen. De tussenvragen sporen de student aan om zelf verbanden te ontdekken of de wettekst erbij te nemen. Zijn antwoorden kan hij verifiëren omdat de oplossingen achterin het boek zijn opgenomen. Voor de studie-eindvragen geldt dit laatste niet.

Praktisch Consumentenrecht kan op zichzelf staand nuttig zijn maar zeker ook in het kader van een minor rondom het thema 'de consument'. Het boek biedt aanknopingspunten voor de behandeling van financiële gevolgen, van marketingaspecten, verzekeringskwesaties en, last but not least, het gedrag van de consument. Studenten zouden ter afsluiting van de minor een paper kunnen schrijven over een actuele kwestie met daarin aandacht voor alle aspecten.

1

Consument in Europa

- 1.1 Consument en bedrijf
- 1.2 Bronnen van het consumentenrecht
- 1.3 Toezichthouders
- 1.4 Belangenorganisaties

Openingscasus

Het fitnessabonnement

In september 2005 hebben Cees F. en het fitnesscentrum een overeenkomst voor een jaar gesloten: tegen betaling van €49,50 per maand mag Cees gebruikmaken van de faciliteiten van het fitnesscentrum. Onderdeel van de overeenkomst zijn de algemene voorwaarden waarin staat dat als je het abonnement wilt opzeggen, een opzegtermijn geldt van drie maanden. Cees krijgt een pasje en als hij dat voor de eerste keer door de scanner haalt, heeft hij het gevoel dat hij aan zijn nieuwe, gezonde leven begint. Die week gaat hij nog een tweede en derde keer. Daarna moet er iets gebeurd zijn, want er is bijna een jaar voorbij, maar Cees hebben ze in het fitnesscentrum niet meer gezien noch 'gescand'. Eind augustus 2006 ontvangt het fitnesscentrum de opzegging van Cees. Aangezien dat niet binnen drie maanden vóór de einddatum is gebeurd, verlengt het fitnesscentrum de overeenkomst voor een jaar en stuurt het elke maand de rekening. Cees betaalt niet, krijgt aanmaningen maar reageert daar niet op. Op een gegeven moment is de rekening opgelopen tot €912. Op 2 juli 2007 staan partijen voor de rechter. Het fitnesscentrum vindt dat Cees, net als het centrum dat doet, gewoon zijn overeenkomst moet nakomen, contract is contract. Het centrum heeft zoals altijd zijn algemene voorwaarden gebruikt en die zijn er niet voor niets. Cees zegt tegen de rechter dat het fitnesscentrum misbruik maakt van de overeenkomst, omdat men door het pasjessysteem had kunnen zien dat

hij slechts een week gebruik heeft gemaakt van de faciliteiten; bovendien dat hij door moeilijke privéomstandigheden vergeten is de overeenkomst tijdig op te zeggen en dat het duidelijk moest zijn geweest dat hij niet de bedoeling had om nog een jaar te verlengen. Het fitnesscentrum heeft alle vertrouwen in een goede afloop en reageert vol ongeloof als het de uitspraak van de rechter aanhoort: op grond van het consumentenrecht mocht het fitnesscentrum zich niet beroepen op zijn algemene voorwaarden en Cees hoeft niet te betalen.

Stel, het bedrijf waar Cees van de openingscasus werkt had een abonnement voor het personeelslid afgesloten, dan zou de rechter anders hebben geoordeeld. In dat geval had het fitnesscentrum de algemene voorwaarden wél kunnen hanteren. Echter, omdat het een consumentenovereenkomst betrof oordeelde de rechter in het voordeel van de consument. De rechter deed dat op basis van een uitspraak van het Europese Hof van Justitie van de Europese Unie. Een consument als Cees wordt, als minder ervaren en juridisch minder onderlegde contractspartner, door steeds meer regels beschermd.

In dit hoofdstuk wordt besproken wanneer en op wie consumentenbeschermende regels van toepassing zijn. In paragraaf 1.1 worden de begrippen consument en bedrijf in de zin van het consumentenrecht gedefinieerd. In dat kader besteden we speciale aandacht aan het begrip maatman-consument. De rechter die moet oordelen over consumentenzaken kan niet voor elke individuele consument andere normen hanteren en zal in principe uitgaan van de gemiddelde consument. Paragraaf 1.2 gaat over de vindplaatsen van het consumentenrecht. Aan de orde komen de drie rechtsbronnen verdrag, wet en jurisprudentie. Paragraaf 1.3 heeft als onderwerp handhaving van het consumentenrecht en bespreekt de toezichtfunctie van de Consumentenautoriteit. Door goede handhaving van het consumentenrecht kan het vertrouwen van de consumenten toenemen. In paragraaf 1.4 passeren vanwege hun stimulerende en kritische rol de belangrijkste belangenorganisaties van consumenten kort de revue in hun verhouding tot de Consumentenautoriteit.

1.1 Consument en bedrijf

In het Romeinse Rijk gold de regel: 'caveat emptor' hetgeen betekent: koper, let op! Had men als koper iets gekocht waarmee men achteraf niet gelukkig was, dan was het kopers eigen schuld. De uitdrukking 'een kat in de zak kopen' refereert ook aan deze instelling. Als iemand zo dom was om te geloven dat in een gesloten zak een mooie haas zat en men gaf geld voor die zak maar naderhand bleek er een kat in te zitten, dan had men dom gehandeld en dat was het dan. Tegenwoordig wordt de consument veelal door wetgeving beschermd als zwakkere partij in een wereld die steeds verder globaliseert en zich opdringt via moderne communicatiemiddelen.

*Rechtssubject
Persoonlijke
rechten
Vermogens-
rechten*

Naar het begrip consument zal een psycholoog, arts of marketeer anders kijken dan een jurist. Juridisch is een consument een rechtssubject, een drager van rechten en plichten. Die rechten en plichten kunnen persoonlijk zijn, zoals het recht op zijn naam of het recht om te trouwen. Daarnaast heeft iemand vermogensrechten, die op geld waardeerbaar zijn. Het recht van iemand op sieraden, of pensioen in de toekomst, is op geld waardeerbaar. Overeenkomsten tussen bedrijven en consumenten vallen onder het vermogensrecht.

Consumenten zijn rechtssubjecten, want het zijn natuurlijke personen, mensen van vlees en bloed. Rechtspersonen, bijvoorbeeld een stichting of een besloten vennootschap (bv), zijn ook rechtssubjecten. Rechtssubjecten kunnen een onderneming drijven; de eenmanszaak wordt door een natuurlijk persoon gedreven en de bv door de rechtspersoon.

Consument

De consument in de betekenis van het consumentenrecht is een natuurlijk persoon, consument (c), die niet handelt als ondernemer of als vertegenwoordiger van een rechtspersoon en waarmee een onderneming, bedrijf (b), zaken doet. Het consumentenrecht heeft als onderwerp de rechtsverhouding tussen bedrijven en consumenten, business-to-consumer-overeenkomsten. Oftewel afgekort: b2c-overeenkomsten.

*B2c-overeen-
komst*

Tussenvraag 1.1

- a Nikita, verpleegster in het ziekenhuis te A., koopt op Marktplaats.nl een crosstrainer. Is op de overeenkomst het consumentenrecht van toepassing?
 - b Nikita verkoopt aan bv Fitnesscentrum, waar zij sport, haar crosstrainer. Is hierop het consumentenrecht van toepassing?
-

Dwingend recht

Omdat een consument als economisch zwakkere en juridisch minder ervaren contractpartij wordt gezien, verdient deze beschermd te worden tegenover de ondernemer die meer kennis van zijn product heeft en meer ervaring in het contracteren. De meeste regels betreffende door consumenten gesloten overeenkomsten met bedrijven zijn van dwingend recht: er mag niet in het nadeel van de consument van worden afgeweken. Dit in tegenstelling tot het overeenkomstenrecht in het algemeen, dat het karakter heeft van aanvullend, regelend recht.

De basisgedachte van het overeenkomstenrecht is nog steeds contractsvrijheid voor partijen: het handelsverkeer is gebaat bij vrijheid om af te spreken wat men wil. Voor €10 per uur wiskundebijlessen aanbieden, voor €150 de tuintafelset verkopen, het is prima: als de overeenkomst geen strafrechtelijke bepalingen of dwingend recht overtreedt, dan is het vrijheid blijheid. Een overeenkomst waarin de ene partij zich bereid verklaart voor €15.000 persoon X te vermoorden is uiteraard strafbaar en de afspraak dat mevrouw T. ontslagen wordt zodra zij zwanger is, is in strijd met dwingend arbeidsrecht.

Tussenvraag 1.2

Betekent dwingend recht dat in een overeenkomst niet ten nadele maar ook niet ten voordele van de consument kan worden afgeweken van de dwingende bepalingen?

Het consumentenrecht gaat over allerlei overeenkomsten die worden gesloten tussen een consument en een bedrijf. Iemand die een huis koopt, heeft door consumentenbeschermende regels drie dagen bedenktijd. De bedenktijd moet voorkomen dat de koper onder tijdsdruk overhaaste beslissingen neemt met grote financiële gevolgen.

Tussenvraag 1.3

Geef het wetsartikel aan waarin de consumentenbeschermende maatregel van drie dagen bedenktijd voor huizenkopers is opgenomen.

De openingscasus laat zien dat bij het beëindigen van een lidmaatschap de consument beschermd wordt tegen bepaalde onredelijke voorwaarden. Inmiddels is een wetsvoorstel aangenomen dat stilzwijgende verlenging van abonnementen aan banden legt. Een citaat uit de Memorie van Toelichting op wetsvoorstel 30520:

'Dit wetsvoorstel beoogt de stilzwijgende verlenging van meer dan drie maanden te verbieden van overeenkomsten tot het geregeld afleveren van zaken, elektriciteit daaronder begrepen, of tot het geregeld doen van verrichtingen (hierna: abonnementen) en de stilzwijgende verlenging van lidmaatschappen te beperken tot maximaal een jaar. Met dit wetsvoorstel willen de indieners een einde maken aan de voortdurende en maatschappelijk zeer ongewenste situatie dat abonnementen en lidmaatschappen verlengd worden, terwijl consumenten geen behoefte meer hebben aan deze producten en diensten. Verzekeringen vallen niet onder dit wetsvoorstel. Bij stilzwijgende verlenging ontvangt de consument vaak alleen achteraf een factuur of bankafschrijving, wanneer het te laat is om een abonnement of lidmaatschap op te zeggen, en zit er dan weer een jaar aan vast. Veel mensen ervaren dit als bijzonder hinderlijk. Op deze manier hebben miljoenen mensen abonnementen op tijdschriften, ADSL, kranten en de bijna spreekwoordelijke boekenclubs, terwijl zij deze abonnementen helemaal niet meer willen hebben.'

De artikelen betreffende algemene voorwaarden uit Boek 6 worden aangepast door deze wet.

Tussenvraag 1.4

Wanneer treedt de wet van 26 november 2010, houdende wijziging van Boek 2 en Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek (stilzwijgende verlenging en opzegtermijn bij lidmaatschappen, abonnementen en overige overeenkomsten) in werking? Het betreft *Staatsblad* 2010, nr. 789.

In de volgende subparagrafen komen de begrippen consument en maatman-consument ter sprake.

1.1.1 Consument

Wie is consument? Art. 7:5 BW zegt over de consument het volgende:

'de koop met betrekking tot een roerende zaak, die wordt gesloten door een verkoper die handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf, en een koper, natuurlijk persoon, die niet handelt in de uitoefening van een beroep of bedrijf.'

In welk kader

Op het eerste gezicht lijkt de omschrijving duidelijk, maar in het leven van alledag is het verschil tussen wel of geen consument zijn niet altijd voor de hand liggend: de tandarts die voor zijn praktijk een schilderij koopt in een galerie is geen consument, hij koopt het schilderij immers in de uitoefening van zijn beroep. Koopt hij het schilderij daarentegen als cadeau voor zijn moeder, dan is hij wel consument. De openingscasus had een andere uitkomst gehad als Cees de sportschool had bezocht in het kader van zijn beroep. Een ander voorbeeld. Wat is het oordeel over het begrip consument wanneer iemand een aktedoffertje of een kostuum koopt, deels voor werk en deels voor de vrije tijd? En heeft de profvoetballer, die in de vakantie een voetbal koopt voor zijn zoon, consumentenbescherming nodig als de gekochte bal niet voldoet aan zijn verwachtingen of zou hij behandeld moeten worden als een professionele partij?

Tussenvraag 1.5

Een klant geeft aan het garagebedrijf opdracht om in twee auto's carkits te laten inbouwen. Een van de auto's rijdt de klant zakelijk, de andere auto privé. Omdat de carkits niet voldoen aan de verwachtingen en er geen bevredigende oplossing komt, volgt een rechtszaak waarin de rechter van oordeel is dat er geen sprake is van consumentenrecht. Welke reden zou de rechter hiervoor kunnen hebben gehad?

Voorstel nieuwe Richtlijn

In oktober 2008 heeft de Europese Commissie een voorstel gedaan voor een nieuwe Richtlijn consumentenbescherming (COM2008, 614). In paragraaf 1.2 wordt deze richtlijn besproken. In het kader van de definiëring van het begrip consument is de richtlijn ook in deze paragraaf interessant.

Een Europese werkgroep had gepleit om de term 'hoofdzakelijk' in de definitie van b2c-overeenkomsten op te nemen: een consument handelt voor doeleinden die hoofdzakelijk buiten, en een handelaar voor doeleinden die hoofdzakelijk binnen hun beroeps- of bedrijfsactiviteit vallen. Dit idee is in genoemde richtlijn niet opgenomen. Voor de toepassing van deze richtlijn wordt verstaan onder consument: 'iedere natuurlijke persoon die bij onder deze richtlijn vallende overeenkomsten handelt voor doeleinden die buiten zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit vallen' en onder handelaar: 'iedere natuurlijke persoon of

rechtspersoon die in onder deze richtlijn vallende overeenkomsten handelt voor doeleinden die betrekking hebben op zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit, alsook degene die in naam van of voor rekenschap van een handelaar optreedt.'

1.1.2 Maatman-consument

Maatman

De maatman is een fictieve persoon die model staat voor een groep. In het consumentenrecht bepalen rechters in zaken die aan hen zijn voorgelegd hoe de gemiddelde, de doorsneeconsument, zal reageren. Wanneer is er sprake van verwarring tussen twee producten in de supermarkt? Wanneer is reclamemateriaal misleidend? Als mevrouw J. vindt dat de haar toegezonden brochure misleidend is, zal jongeman P. de brochure dan ook zo ervaren?

Het Europese Hof van Justitie heeft herhaalde malen aangegeven met welke maatman-consument de rechters rekening moeten houden. Toen het Duitse Bundesverwaltungsgericht moest oordelen over de vraag of er verwarringsgevaar bij consumenten kon ontstaan door het opschrift van eieren van de firma Gut Springenheide (6 – Korn – 10 frische Eier), stelde het prejudiciële vragen aan het HvJEU. Het gerecht wilde weten: 'Ofwel moeten de feitelijke verwachtingen van de consument als maatstaf voor het misleidend karakter van de betrokken vermeldingen worden genomen, en dan moeten die verwachtingen in voorkomend geval door middel van een representatieve enquête onder de consumenten of op basis van een deskundigenonderzoek worden vastgesteld, ofwel de betrokken bepaling berust op een objectief, enkel juridisch uit te leggen begrip "koper", dat losstaat van de concrete verwachtingen van de consumenten.' Sinds het arrest Gut Springenheide wordt uitgegaan van de volgende referentieconsument: De referentieconsument is de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument.

Referentieconsument

De staatssecretaris van Economische Zaken geeft in de Consumentenmonitor 2009 aan dat daarbij tevens rekening kan worden gehouden met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren. In voorbeeld 1.1 wordt rekening gehouden met de referentieconsument.

Voorbeeld 1.1

Otto BV heeft op haar website een zogenoemde HD ready breedbeeld lcd-televisie, merk Philips, model 32PF3321 met een beeld diameter van 80 cm geplaatst voor een prijs van €99,90. 17 mensen bestellen de televisie. Enkele dagen later meldt Otto dat het een vergissing betreft, het moet €999 zijn. De klanten beweren dat zij het aanbod aanvaard hebben en dat daarmee een overeenkomst tot stand is gekomen. Zij dachten dat het een stuntaanbieding betrof en nu moet Otto de televisie ook leveren. Otto is van mening dat de klanten er niet op hadden mogen vertrouwen dat de prijs juist was.

Bron: LJN: AZ7368

De rechter overwoog onder meer dat: 'de gemiddelde, geïnformeerde koper van een betrekkelijk kostbaar, duurzaam gebruiksartikel als een lcd-televisietoestel, geacht mag worden zich globaal te hebben georiënteerd op de betreffende markt waaruit bekendheid met de bandbreedte van prijzen voor toestellen als hier aan de orde...' en besloot dat er weliswaar sprake was van opgewekt vertrouwen maar niet zodanig dat de consument met gemiddelde kennis van de markt mocht vertrouwen met een reëel aanbod van doen te hebben.

Spanningsveld

Ook in de discussie rondom de maatman-consument is het spanningsveld zichtbaar tussen enerzijds het bevorderen van de handel en anderzijds de bescherming van de consument. Zou de rechter uitgaan van een onoplettende of slecht geïnformeerde consument, of van een zwakbegaafde consument, dan zou het ondernemers erg moeilijk gemaakt worden om handel te drijven. Het gebruik van het begrip gemiddelde consument voorkomt dat de handelaar rekening moet houden met iedere consument ongeacht zijn vaardigheden of capaciteiten waaronder bijvoorbeeld de naïeve consument.

Gemiddelde consument

In Afdeling 3A van Boek 6 BW (6:193a lid 2) geldt dat onder gemiddelde consument mede wordt verstaan:

'het gemiddeld lid van een specifieke groep waarop de handelaar zich richt of het gemiddeld lid van een specifieke groep waarvan de handelaar redelijkerwijs kan voorzien dat die groep wegens hun geestelijke of lichamelijke beperking, hun leeftijd of goedgelovigheid bijzonder vatbaar is voor de handelspraktijk of voor het onderliggende product.'

Bij de beoordeling of een handelspraktijk oneerlijk is, wordt uitgegaan van de gemiddelde consument. Echter in het geval dat een handelspraktijk wordt gericht op een specifieke kwetsbare consumentengroep, bijvoorbeeld kinderen, digibeten, ouderen of allochtonen, dan wordt de vraag of een handelspraktijk oneerlijk is, beoordeeld vanuit het gezichtspunt van het 'gemiddelde lid' van deze groep.

Het begrip gemiddelde consument is in wetgevingsprocessen en jurisprudentie een voortdurend onderwerp, bijvoorbeeld in de beoordeling of een gemiddelde consument in verwarring kan raken bij producten die op elkaar lijken, of bij de vraag of sprake is geweest van misleiding bij de totstandkoming van een overeenkomst. In voorbeeld 1.2 gaat het om frisdranken met namen die op elkaar lijken.

Voorbeeld 1.2

Het bedrijf Smart Drinks laat het bedrijf V. flesjes afvullen met frisdrank. Op die flesjes staan namen als Bullfighter en Pittbull. De concurrent van Smart Drinks is Red Bull. Red Bull vordert onder andere voor de rechter dat bedrijf V. het vullen van de flesjes staakt vanwege inbreuk op het

merkenrecht. De rechter moet in dat kader onder meer oordelen over de vraag of de gemiddelde consument in verwarring kan raken door de namen op de flesjes: zal de consument Bullfighter en Pitbull verwarren met Red Bull?

Bron: LJN: AY8826

De rechter vraagt zich af welke maatstaf geldt: de flesjes zijn namelijk niet bestemd voor de consument van de Benelux of een ander EU-land. Is de maatman-consument de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument in de Benelux of in de EU? Die consument zou dan een fictieve consument zijn, want daarvoor zijn de flesjes niet bestemd. Of moet de rechter uitgaan van de consument in het land waarheen de waren wel worden geëxporteerd, namelijk Kazachstan, Israël en Guadeloupe? De Hoge Raad komt er in deze zaak niet uit en heeft inmiddels de vraag voorgelegd aan het Europese Hof van Justitie.

Evenredigheidsbeginsel

Tot slot: het evenredigheidsbeginsel beoogt een juist evenwicht te bereiken tussen enerzijds het doel van de consumentenbescherming en anderzijds de noodzaak het vrije verkeer van goederen binnen de vrije interne markt te bevorderen. Daarom wordt niet uitgegaan van bijvoorbeeld een consument die nooit naar school is geweest, maar van de referentieconsument zoals geformuleerd door het Hof van Justitie EU. In de overwegingen 18 en 19 bij de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken staat het als volgt:

'(18) [...] de gemiddelde – dit wil zeggen redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende – consument als maatstaf genomen, waarbij eveneens rekening wordt gehouden met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren, maar wordt er tevens voorzien in bepalingen die voorkomen die wordt geprofiteerd van consumenten die bijzonder vatbaar zijn voor oneerlijke handelspraktijken. Indien een handelspraktijk op een bepaalde groep consumenten gericht is, zoals bijvoorbeeld kinderen, is het wenselijk dat het effect van de handelspraktijk vanuit het gezichtspunt van het gemiddelde lid van die groep wordt beoordeeld. Daarom is het wenselijk in de lijst van praktijken die onder alle omstandigheden als oneerlijk worden beschouwd een bepaling op te nemen waardoor reclame die gericht is op kinderen weliswaar niet volledig wordt verboden, maar waardoor zij wel worden beschermd tegen het rechtstreeks aanzetten tot kopen. Het criterium van de gemiddelde consument is geen statistisch criterium. Nationale rechtbanken en autoriteiten moeten, rekening houdend met de jurisprudentie van het Hof van Justitie, hun eigen oordeel volgen om vast te stellen wat de typische reactie van de gemiddelde consument in een bepaald geval is.

(19) Indien bepaalde kenmerken, zoals leeftijd, lichamelijke of geestelijke handicap of lichtgelovigheid, consumenten bijzonder bevattelijk maken voor een handelspraktijk of het via die praktijk aangeboden product, en het economische gedrag van alleen die groep consumenten door deze praktijk kan worden beïnvloed op een manier die de handelaar redelijkerwijs kan voorzien, is het dienstig ervoor te zorgen dat die groep consumenten op passende wijze beschermd wordt door de betrokken handelspraktijk vanuit het gezichtspunt van een gemiddeld lid van die groep te beoordelen.'

Bron: Richtlijn 2005/29/EG

1.2 Bronnen van het consumentenrecht

Een rechtssubject vindt zijn recht in wetten, verdragen en jurisprudentie. De consument is rechtssubject en ook zijn specifieke consumentenrechten staan in wetten en verdragen. Rechterlijke uitspraken over conflicten of onduidelijkheden vormen daarbij een voortdurende aanvulling en actualisatie. In subparagraaf 1.2.1 wordt het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VwEU) besproken en in subparagraaf 1.2.2 passeren de belangrijkste wetten de revue. Tot slot behandelt subparagraaf 1.2.3 de rol van de jurisprudentie.

1.2.1 Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie

Europees recht

Consumentenbeschermende regels zijn veelal Europees recht of zijn voortgekomen uit Europees recht. In oktober 1972 verklaarden de staatshoofden en regeringsleiders tijdens de EEG-topconferentie in Parijs dat acties tot bescherming van de consument versterkt en gecoördineerd zouden moeten worden. Dit leidde tot een programma dat op 14 april 1975 door de Europese Raad van Ministers werd aanvaard en waarin vijf grondrechten van de consument werden geformuleerd, namelijk het recht op:

Vijf

grondrechten

- bescherming van zijn gezondheid en zijn veiligheid;
- bescherming van zijn economische belangen;
- schadevergoeding;
- voorlichting en vorming;
- vertegenwoordiging (recht om te worden gehoord).

Gedeelde

bevoegdheid

Nederland is verplicht als lid van de EU, een supranationale organisatie, richtlijnen uit te werken en de verordeningen op te volgen die ingevolge art. 288 en 289 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (VwEU) zijn vastgesteld. Het regelen van consumentenbescherming wordt in art. 4 VwEU als een gedeelde bevoegdheid van de EU en de lidstaten aangemerkt. Het is geen exclusieve bevoegdheid van een van de twee autoriteiten en zowel op Europees niveau als op nationaal niveau kunnen regels worden gesteld.

Tussenvraag 1.6

Zoek in art. 4 VwEU precies op waar de gedeelde bevoegdheid tot consumentenbescherming omschreven staat en geef de juiste schrijfwijze ervan aan.

De bescherming van de consument is in de EU onderdeel van alle beleid. In art. 12 VwEU wordt gesteld:

'Met de eisen ter zake van consumentenbescherming wordt rekening gehouden bij het bepalen en uitvoeren van het beleid en het optreden van de Unie op andere gebieden.'

Art. 169 VwEU over het consumentenbeleid luidt in lid 1:

'Om de belangen van de consumenten te bevorderen en een hoog niveau van consumentenbescherming te waarborgen, draagt de Unie bij tot de bescherming van de gezondheid, de veiligheid en de economische belangen van de consumenten alsmede tot de bevordering van hun recht op voorlichting en vorming, en hun recht van vereniging om hun belangen te behartigen.'

Minimum-harmonisatie

Sinds het midden van de jaren zeventig van de vorige eeuw stelt de Unie zich tot taak de nationale maatregelen te harmoniseren om Europese consumenten in de hele interne markt dezelfde mate van bescherming te bieden. Tot nu is gestreefd naar een minimumharmonisatie. De lidstaten kunnen zelf meer bescherming bieden. Een speerpunt voor de toekomst is het bevorderen van kopen over de grens. Wil dat lukken, dan moet de consument voldoende informatie hebben voordat hij iets in het buitenland koopt en moet hij weten waar hij aan toe is wanneer er iets misgaat bij zo'n transactie. Daarom zijn gemeenschappelijke regels nodig om hem de nodige bescherming te bieden.

Richtlijnen

Inmiddels zijn er heel wat richtlijnen en verordeningen ter zake van consumentenbescherming tot stand gekomen, zoals de Richtlijn oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten, op afstand gesloten overeenkomsten, timeshare, consumentenkrediet, de Verordening betreffende voedings- en gezondheidsclaims of de Verordening betreffende beschermde oorsprongsbenamingen.

Enkele richtlijnen worden weer ingetrokken als de nieuwe richtlijn voor consumentenrechten, zoals voorgesteld in COM (2008) 614, definitief door de Europese Commissie goedgekeurd wordt. Het voorstel is gericht op herziening van:

- Richtlijn 85/577/EEG betreffende buiten verkooppunten gesloten overeenkomsten;
- Richtlijn 93/13/EEG betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten;
- Richtlijn 97/7/EG betreffende op afstand gesloten overeenkomsten;
- Richtlijn 1999/44/EG betreffende bepaalde aspecten van de verkoop van en de garanties voor consumptiegoederen.

Volledige harmonisatie

Deze vier richtlijnen regelen de contractuele rechten van consumenten. Het voorstel combineert deze vier richtlijnen in één enkel instrument en wil de bestaande regels bijwerken en vereenvoudigen. Ze beoogt daarbij volledige harmonisatie. Volledige harmonisatie wil zeggen dat de lidstaten geen bepalingen mogen blijven gebruiken of invoeren die afwijken van de richtlijn. Nu kan dat nog wel, omdat de bestaande richtlijnen de benadering van minimumharmonisatie hebben. De nieuwe richtlijn moet het kopen over de eigen landsgrenzen heen stimuleren door uniforme regels in alle lidstaten met betrekking tot consumentenovereenkomsten. Dit kan alleen, aldus het voorstel, door het uitgangspunt van volledige harmonisatie. Daarover is het laatste woord nog niet gesproken, want de lidstaten mogen volgens het voorstel niet alleen niet minder bescherming bieden maar evenmin méér bescherming. Dat stuit op

begrijpelijke weerstand. In voorbeeld 1.3 heeft de koper te maken met deze harmonisatie.

Voorbeeld 1.3

Stel de nieuwe keukenkasten beginnen door te zakken na een maand, maar dat ziet de koper niet want hij gaat zes weken met vakantie. Daarna gaat koper klagen over het product dat niet aan de verwachtingen voldoet: in het huidige art. 7:23 lid 1 BW is een consumentkoper in elk geval op tijd met klagen indien hij dat binnen twee maanden heeft gedaan, terwijl in de Richtlijn is gesteld dat het binnen twee maanden móét.

Het huidige lid 4 van art. 169 VwEU biedt de mogelijkheid om meer bescherming te bieden nog wel.

Kandidaat-lidstaten van de EU moeten aantonen dat zij op het gebied van consumentenbescherming hetzelfde niveau kunnen bieden als alle lidstaten. Inzake de toetreding van Turkije tot de EU worden sinds 1998 rapporten opgemaakt over de aanpassing van het Turkse rechtssysteem aan de eisen van de EU en wordt nauwlettend in de gaten gehouden hoe het met de bescherming van consumenten is gesteld en of de invloed van belangenorganisaties genoeg toeneemt.

Richtlijnen

Richtlijnen moeten door de lidstaten in wetgeving worden omgezet en zijn dan voor de consument toepasbaar. Zo is de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken terug te vinden in de wetsartikelen 6:193c en verder BW.

Verordeningen

Verordeningen zijn verbindend in al hun onderdelen en rechtstreeks toepasbaar in elke lidstaat. Verordeningen regelen vaak specifieke aspecten. Verordening 116/2010 bepaalt dat de vermelding 'rijk aan omega 3', aan bepaalde vereisten moet voldoen (zie voorbeeld 1.4).

Voorbeeld 1.4

Een claim dat een levensmiddel rijk aan omega-3-vetzuren is en elke andere claim die voor de consument waarschijnlijk dezelfde betekenis zal hebben, is alleen toegestaan als het product per 100 g en per 100 kcal ten minste 0,6 g alfa-linoleenzuur of ten minste 80 mg eicosapentaeenzuur en docosahexaeenzuur tezamen bevat.

Een ander voorbeeld is de Verordening 737/2010 met betrekking tot zeehondenproducten (voorbeeld 1.5). De mogelijke verwarring bij consumenten is een van de overwegingen om de verhandeling van zeehondenproducten te regelen.

Voorbeeld 1.5

Er wordt binnen en buiten de Gemeenschap op zeehonden gejaagd met het oog op het verkrijgen van producten en artikelen zoals vlees, olie, spek, organen, bont en daarvan afgeleide waren, met inbegrip van zo uiteenlopende producten als omega-3-capsules en kledingstukken waarin

behandelde zeehondenvellen en -bont zijn verwerkt. Deze producten worden verhandeld op diverse markten, met inbegrip van die van de Gemeenschap. Het is voor consumenten, juist vanwege de aard van deze producten, moeilijk of onmogelijk hen te onderscheiden van soortgelijke, niet van zeehonden vervaardigde producten.

1.2.2 Wetten

Burgerlijk Wetboek

Op de eerste plaats kan de consument zijn rechten en plichten – het materiële recht – vinden in het Burgerlijk Wetboek. Het consumentenrecht is in hoofdzaak privaatrecht, onderdeel vermogensrecht. De bijzondere overeenkomsten uit Boek 7 en 8 BW bevatten veel consumentenrecht; daarin zijn immers onder meer opgenomen de geneeskundige behandelovereenkomst, de reisovereenkomst en de consumentenkredietovereenkomsten. Bijzondere regels van Boek 7 en 8 BW gaan voor op de algemene regels van Boek 3 BW, vermogensrecht in het algemeen en het algemene verbintenissenrecht van Boek 6 BW. Verder zijn van belang de Wet handhaving consumentenbescherming, de Colportagewet, de Telecommunicatiewet, de Prijzenwet, de Dienstenwet en de Wet bescherming persoonsgegevens. Algemene maatregelen van bestuur en ministeriële regelingen kunnen de wetten preciseren.

Het Europese consumentenbeleid heeft het Nederlandse privaatrecht in grote mate beïnvloed. Als voorbeelden de volgende regelingen waarin de Europese richtlijnen te herkennen zijn:

- 6:193a BW t/m 6:193j BW: oneerlijke handelspraktijken;
- 6:194 BW t/m 6:196 BW: misleidende reclame;
- 6:231 t/m 6:247 BW: algemene voorwaarden;
- 7:46a t/m 7:46j BW: koop op afstand;
- 7:500 e.v. BW: pakketreizen.

Consumentenrecht is vanuit de blik van de consument privaatrecht, maar vanuit de onderneming en de overheid gezien is consumentenrecht ook bestuursrecht en strafrecht. Diverse autoriteiten die toezicht houden kunnen bestuursrechtelijke sancties opleggen en overtreding van de bepalingen van de Wet economische delicten zijn misdrijven of overtredingen.

1.2.3 Jurisprudentie

De openingscasus is een voorbeeld van het belang van jurisprudentie voor het consumentenrecht. Het belang kan niet snel overschat worden. In de casus oordeelt de rechter niet alleen over de toepassing van de algemene voorwaarden op basis van de Nederlandse wet maar ook op basis van uitleg van Europese regels. De Richtlijn oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten bevat een bijlage met een lijst van bedingen die als oneerlijk in de zin van de Richtlijn kunnen worden aangemerkt. In die lijst, die de blauwe lijst wordt

Blauwe lijst

**Ambtshalve
toetsing**

genoemd, is onder andere het beding opgenomen zoals het fitnesscentrum hanteerde. Drie maanden opzegtermijn is te ver verwijderd van het aflopen van het jaarcontract om de overeenkomst met een heel jaar te mogen verlengen. Het HvJEU had eerder geoordeeld dat de rechters van de lidstaten amtsshalve (dus ook zonder dat partijen daarom vragen) behoren te toetsen of een beding in de algemene voorwaarden voorkomt op die blauwe lijst. Cees F. hoefde niets te betalen omdat de kantonrechter de uitleg van de Richtlijn toepaste.

**Prejudiciële
vraag**

In voorbeeld 1.2 stelt de rechter eerst een vraag over de uitleg van het begrip consument aan het HvJEU voordat hij beslist over de vermeende inbreuk op het merkenrecht. Of in voorbeeld 1.2 uitgegaan mocht worden van een 'abstracte Benelux-maatman-consument' werd als prejudiciële vraag gesteld omdat het ging over de uitleg van Richtlijn 89/104/EEG betreffende het merkenrecht.

Tussenvraag 1.7

Hoe beïnvloedt de prejudiciële vraag het consumentenrecht?

Jurisprudentie in het consumentenrecht is belangrijk op alle niveaus: de sectoren kanton van de rechtbanken, de rechtbanken, de gerechtshoven, de Hoge Raad en het Hof van Justitie EU doen uitspraken die de individuele consument of de belangenorganisatie die een collectieve actie op touw gaat zetten, als rechtsbron kan gebruiken.

1.3 Toezichthouders**Wet handhaving
consumenten-
bescherming**

Goede handhaving van het consumentenrecht zorgt ervoor dat het consumentenvertrouwen toeneemt en dat is weer goed voor de economische bedrijvigheid inzake handel en diensten. Het vertrouwen neemt toe als consumenten kunnen terugvallen op een onafhankelijke geschillencommissie of een publieke toezichthouder. De Wet handhaving consumentenbescherming (Whc) is op 29 december 2006 in werking getreden. Met deze wet is de Consumentenautoriteit ingesteld. De naam autoriteit is bewust gekozen. Het laat zien dat deze dienst vergaande bevoegdheden heeft en past in een stelsel van autoriteiten die de laatste jaren zijn ingesteld. De betekenis van de Consumentenautoriteit wordt hierna aan de hand van de bespreking van enkele artikelen geuid.

**Consumenten-
autoriteit
Collectieve
belangen**

Art. 1.1 sub f Whc geeft aan dat de Consumentenautoriteit (CA) kan optreden wanneer bedrijven de regels overtreden en daarmee schade toebrengen aan de collectieve belangen van consumenten. Anders gezegd: om individuele gevallen van consumenten gaat het niet. Ondernemers en consumenten moeten eigenlijk in staat zijn hun problemen zelf op te lossen. De Consumentenautoriteit is er om gedragsverandering te stimuleren en dat doet zij door overtredingen aan te pakken die de belangen van meerdere consumenten schaden. Dat is in voorbeeld 1.6 het geval.

Voorbeeld 1.6

De Nederlandse Energie Maatschappij (NLEnergie) heeft tussen 15 oktober 2008 en 20 juli 2009 met behulp van telemarketing een zeer groot aantal consumenten telefonisch benaderd voor het afsluiten van een energiecontract. Daarbij heeft de Nederlandse Energie Maatschappij zich niet gehouden aan een aantal wettelijke regels.

De Nederlandse Energie Maatschappij handelde in strijd met de Wet Koop op Afstand omdat aan het begin van de verkoopgesprekken niet duidelijk haar identiteit en commercieel oogmerk werd genoemd. Ook heeft de Nederlandse Energie Maatschappij zich schuldig gemaakt aan oneerlijke handelspraktijken, onder meer door misleidende mededelingen over prijsvoordelen, door verwarrende mededelingen over concurrerende bedrijven en door het vragen van een machtiging tot automatische incasso terwijl dat bij deze vorm van telefonische verkoop niet is toegestaan. De Nederlandse Energie Maatschappij heeft eveneens gehandeld in strijd met de Gedragscode Consument en Energieleverancier en de Code Telemarketing.

De Consumentenautoriteit heeft daarvoor boetes opgelegd van in totaal €1.020.000. De Nederlandse Energie Maatschappij is eind juli 2009 gestopt met telefonische verkoop.

Bron: CA/NB/527/29, 6 september 2010

Handhaving

De Consumentenautoriteit is belast met handhaving van de wettelijk bepalingen die art. 2 Whc aangeeft, namelijk de artikelen die in de bijlage staan. Dit betreffen onder meer de artikelen over colportage, oneerlijke bedingen, misleidende reclame en koop op afstand. Financiële diensten vallen niet onder het bereik van de Consumentenautoriteit. Behalve de Consumentenautoriteit zijn ook andere Nederlandse toezichthouders aangewezen als bevoegde autoriteit, alle voor hun eigen aandachtsgebied:

- Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa);
- Autoriteit Financiële Markten (AFM);
- nieuwe Voedsel en Waren Autoriteit (nVWA);
- Commissariaat voor de Media;
- Inspectie voor de Gezondheidszorg;
- Inspectie Verkeer & Waterstaat;
- Onafhankelijke Post- en TelecommunicatieAutoriteit (OPTA);
- Energiekamer.

De OPTA bijvoorbeeld treedt op wanneer telecombedrijven zich niet aan de regels houden en consumenten daarvan schade ondervinden en de nVWA bewaakt de veiligheid van voedsel en consumentenproducten. De Consumentenautoriteit werkt met genoemde toezichthouders nauw samen.

Consumentenmarkten hebben steeds minder grenzen, maar toch constateert de Europese Commissie dat de consument te weinig vertrouwen heeft in grensoverschrijdende aanbiedingen en in de interne markt, wat zich vooral laat

**Verbindings-
bureau**

zien bij e-handel. Bedrijven die zich in een lidstaat niet houden aan consumentenbeschermende wetten vinden vaak een weg naar een andere lidstaat om daar hun praktijken voort te zetten. Betere samenwerking tussen de lidstaten moet aan dit gegeven een eind maken en daarom moet in elke lidstaat een verbindingsbureau zijn. In art. 2.3 Whc wordt de Consumentenautoriteit aangewezen als verbindingsbureau. Zo kan de Consumentenautoriteit een verzoek ontvangen van bijvoorbeeld de Belgische toezichthouder om op te treden tegen een Nederlandse aanbieder die zich richt op consumenten in België en daarbij regels van consumentenbescherming overtreedt. De Consumentenautoriteit werkt buiten Europa ook nauw samen met consumententoezichthouders, zoals de Federal Trade Commission in de Verenigde Staten.

Privaatrechtelijk

Art. 2.5 Whc geeft aan de Consumentenautoriteit de bevoegdheid om privaatrechtelijk op te treden en art. 2.9 Whc om bestuursrechtelijk te handhaven.

Privaatrechtelijk is de bijzondere verzoekschriftprocedure bij het Gerechtshof in Den Haag. De Consumentenautoriteit kan de rechter vragen te bevelen dat een overtreding van de Whc wordt gestaakt. Als bestuursorgaan kan de Consumentenautoriteit een bestuurlijke boete en/of last onder dwangsom opleggen. Hierna volgt een voorbeeld van een opgelegde boete.

**Bestuurs-
rechtelijk**

OPENBAAR

Datum

14 januari 2010

Kenmerk

CA/NCB/437/28

Besluit in zaak 437/Fotosessie.com

Besluit

Besluit van de Consumentenautoriteit als bedoeld in artikel 2.9 Wet handhaving consumentenbescherming tot het opleggen van een boete.

Samenvatting besluit

Fotosessie.com (hierna: Fotosessie) is een onderneming die fotoshoots aanbiedt in haar fotostudio en het resultaat daarvan vastlegt op een digitale drager. Dit gebeurt door de consument via internet te benaderen met de mededeling dat ze geselecteerd is of via de website van Fotosessie waar de consument zelf auditie kan doen. Met name tieners en jongvolwassenen voelen zich aangesproken door de onderneming.

Mede naar aanleiding van signalen van consumenten bij het informatieloket Consuwijzer is besloten een onderzoek in te stellen naar de werkwijze van Fotosessie. De handelspraktijken van Fotosessie zijn door de toezichthoudende medewerker getoetst aan regels over algemene voorwaarden, koop op afstand en oneerlijke handelspraktijken.

De Consumentenautoriteit heeft geconstateerd dat deze regels door Fotosessie zijn overtreden. Fotosessie heeft bepalingen in haar algemene voorwaarden opgenomen die onredelijk bezwarend zijn voor de consument. Daarnaast heeft Fotosessie niet voldaan aan haar informatieverplichtingen jegens de consument wat betreft de ontbindingsmogelijkheid bij het sluiten van een koop op afstand. Met haar werkwijze heeft Fotosessie zich schuldig gemaakt aan misleidende en agressieve handelspraktijken, die oneerlijk worden geacht.

In dit besluit legt de Consumentenautoriteit hiervoor aan Fotosessie een bestuurlijke boete op met een totaalbedrag van EUR 100.000,-.

Wijnhaven 24 Postbus 16739 2500BT Den Haag T 070 330 59 79 F
070 330 59 80
www.consumentenautoriteit.nl info@consumentenautoriteit.nl

Tussenvraag 1.8

Fotosessie.com heeft bezwaar gemaakt tegen het besluit van de Consumentenautoriteit om een boete van €100.000 op te leggen. Op grond van welke wet maakt het bedrijf bezwaar?

1.4 Belangenorganisaties

Overleg

De Consumentenautoriteit voert elk kwartaal overleg met consumenten- en ondernemersorganisaties. De Consumentenautoriteit wil aanvullend of versterkend werken met betrekking tot de werkzaamheden van deze private partijen. Als belangenorganisaties zoals de Consumentenbond of de Stichting Geschillencommissies initiatieven nemen, juicht de Consumentenautoriteit dat toe. Op de site van Europa-nu.nl worden de volgende belangenorganisaties in beeld gebracht:

- Consumentenbond;
- Goede Waar & Co;
- Keurmerkinstituut;
- Stichting Kwalitatieve Klachtbehandeling (SKK);
- Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting (Nibud);
- Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken (SGC);
- Stichting Consument en Veiligheid (SCV);
- Nederlandse Patiënten Consumenten Federatie (NPCF);
- Stichting de Ombudsman (werkt mee aan consumentenprogramma's als Radar en Kassa).

**Geschillen-
commissie**

Dat organisaties het consumentenrecht beïnvloeden blijkt onder andere uit het feit dat zij deelnemen aan overleg waar beleid wordt geformuleerd en zij advies geven over beleid. Zo is de Consumentenbond een van de twaalf leden van het Europees Sociaal Comité en is de bond eveneens vertegenwoordigd in de Sociaal Economische Raad. Het bestuur van de Stichting Geschillencommissies bestaat uit negen leden en drie daarvan vertegenwoordigen consumentenorganisaties. De Geschillencommissie heeft als corebusiness 'het beslechten van geschillen door middel van bindend advies'. Ze zegt het als volgt:

'Iedereen is met de regelmaat van de klok consument: bij het kopen van producten, bijvoorbeeld een nieuw bankstel of een computer, en bij het afnemen van diensten zoals een vakantiereis of de reparatie van uw auto. Meestal gaat alles goed. Een enkele keer niet: het product deugt niet of de reparatie pakt duurder uit dan was afgesproken. Hoewel u denkt het gelijk aan uw kant te hebben, komt u er samen met de ondernemer niet uit. Wat dan? Naar de rechter stappen kost meestal veel geld en tijd. Niets doen en hopen dat het een volgende keer beter gaat, is ook geen oplossing. Voor dit soort problemen is De Geschillencommissie in het leven geroepen. Het doel van De Geschillencommissie is om geschillen tussen consumenten en ondernemers op een goedkope, snelle en eenvoudige manier uit de wereld te helpen.'

Bron: www.geschillencommissie.nl

ADR

In 2009 stonden 14 515 te behandelen geschillen op de agenda. Klanten van ondernemers die zijn aangesloten bij een van de 46 geschillencommissies kunnen een beroep doen op deze alternatieve geschillenbeslechting: Alternative Dispute Resolution, afgekort ADR). Er is bijvoorbeeld een geschillencommissie voor kinderopvang, dakbedekking, elektro, rijopleidingen en tweewielers. Buitengerechtelijke geschillenbeslechting in het algemeen wordt gestimuleerd door de EU, onder andere door de gratis informatiedienst 'Europe Direct'.

Informatieloket

Ook het informatieloket ConsuWijzer van de Consumentenautoriteit, OPTA en NMa heeft te maken met een groot aantal partijen waarmee wordt samengewerkt. Hierbij valt te denken aan partijen als het Juridisch Loket, de SGC, de SRC en andere toezichthouders zoals de AFM en de nVWA. ConsuWijzer heeft met deze en andere partijen samenwerkingsafspraken gemaakt over onder meer het wederzijds doorverwijzen van consumenten, het elkaar op de hoogte houden van relevante ontwikkelingen en het uitwisselen van informatie.

Niet iedereen vindt de vergaande consumentenbescherming een zegen en in de media verschijnen ook tegengeluiden.

Klagen is wel degelijk lonend

Ongeveer 40 jaar geleden werd voor het eerst aandacht besteed aan 'consumentenproblemen'. De VARA beet het spits af met ombudsman Marcel van Dam en beelden van een spontaan ontploffende limonadefles, die achteraf met een windbuis tot ontploffing bleek te zijn gebracht. Er woedde toen een klassenstrijd tussen de consument als het zwakke slachtoffer van de sigaar rokende, zakkenvullende ondernemer. Steeds meer consumentenprogramma's en -organisaties leerden de consument klagen en geld terugvragen. Consumentenclubs oogstten veel sympathie en werden onvoorwaardelijk geloofd. Maar wat als er geen misstanden meer zijn? Dan worden ze

gemaakt, want omwille van het eigen bestaansrecht moest de consument ervan doordrongen worden dat er nog veel werk was te doen. [...] Maar de regels ter bescherming van de consument zijn er gekomen. Laat dat maar aan politici en juristen over. En omdat er nog steeds consumenten zijn die hun hondje drogen in een magnetron, staat wat vroeger aan gebruiksaanwijzing, waarschuwingen en leveringsvoorwaarden nog op één A4'tje kon, nu in een boekwerkje dat niemand meer leest. Hadden we in 1970 nog één geschillencommissie, in 2010 zijn er 46. Zelfs na je dood kunnen de nabestaanden nog klagen over je eigen uitvaart en geld terugvragen. ■

Bron: *de Volkskrant*, Paul Ruijs, 22 april 2010

Samenvatting

Het consumentenrecht is sterk Europees gekleurd, zeker voor wat betreft het materiële recht. De overeenkomsten die onder consumentenbeschermende regels vallen zijn, in de woorden van de nieuwe voorgestelde richtlijn consumentenbescherming 2008/614, afgebakend door overeenkomsten tussen de natuurlijke persoon die handelt buiten zijn bedrijfs- of beroepsactiviteit en de natuurlijk persoon of rechtspersoon die handelt voor doeleinden die betrekking hebben op zijn beroepsactiviteit. Heel in het kort: b2c-overeenkomsten. De maatman-consument is de gemiddelde of doorsneeconsument en dat is volgens het HvJEU de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument. Richt een handelaar zich specifiek op een bepaalde groep consumenten, bijvoorbeeld kinderen, dan is het gemiddelde lid van deze groep de maatman. Rechten en plichten vindt het rechtssubject consument in de rechtsbronnen verdragen, wetten en jurisprudentie. Als burger van de supranationale Europese Unie heeft hij direct of indirect te maken met het VwEU, met Europese richtlijnen en verordeningen, naast het Burgerlijk Wetboek. De Nederlandse consument is een Europese consument geworden. Om in de EU het grensoverschrijdend kopen – zeker ook via internet – te stimuleren, is er een web van toezichthouders ingericht. In Nederland neemt de Consumentenautoriteit daarin het voortouw. ADR, alternatieve geschillenbeslechting, is een van de speerpunten van het consumentenbeleid en laat een stevige groei zien bij de Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken.

Studie-eindvragen

- 1.1** Discussievraag. Bekijk de eigen positie als consument. Betrek hierin het begrip maatman-consument, de ontwikkeling van de vijf grondrechten van de consument zoals geformuleerd in 1975 en het opiniestuk van *de Volkskrant* in paragraaf 1.4.
- 1.2** Is in een b2c-overeenkomst 'b' altijd een rechtspersoon?
- 1.3** Geef aan of in de volgende gevallen sprake is van consumentenrecht.
- a** De nieuwe wethouder schaft ander tapijt aan voor zijn werkkamer.
 - b** Een hotel heeft de bruidssuite die gereserveerd is door Dena en Tahir aan een popster gegeven.
 - c** Boer Jansen verkoopt een partij aardappelen aan restaurant De Hoek.
 - d** Serkan sluit een arbeidsovereenkomst met Vodafone.
 - e** Het Duitse bedrijf Zöpf levert aan Henk Jonghans een rood zonnenscherm voor zijn dakterras.
 - f** De rijlessen die Joy krijgt, vindt zij onder de maat.
- 1.4** Een lid van de Tweede Kamer stelt in 2008 de volgende vraag aan de minister van LNV: 'Bent u van mening dat consumenten van scharreleisalade erop zouden moeten kunnen vertrouwen louter scharreleieren in deze salade aan te treffen, en zeker geen delen van batterijeieren? Zo neen, waarom niet? Zo ja, op welke wijze en termijn bent u voornemens consumenten deze zekerheid te bieden?'
- De minister (toentertijd Verburg) antwoordt onder andere dat zij van mening is dat consumenten zekerheid moeten kunnen hebben dat het aangeschafte product voldoet aan datgene wat het etiket vermeldt. In samengestelde producten, zoals eiersalades, moet de consument erop kunnen vertrouwen dat het hoofdingrediënt bestaat uit eieren die van scharrelkippen afkomstig zijn, overeenkomstig het Warenwetbesluit Etikettering van Levensmiddelen.
- a** Definieer het begrip consument in deze zaak.
- Zoek via overheid.nl het antwoord op de volgende vragen:
- b** Noem vijf andere Warenwetbesluiten
 - c** Welk orgaan is bevoegd een Warenwetbesluit te maken?
 - d** Aan welke Europese Richtlijn is uitvoering gegeven met het Warenwetbesluit Etikettering van Levensmiddelen (WEL)?
 - e** Welk lid of welke leden van art. 10 WEL heeft de minister afgewogen om tot dit antwoord te komen?
- 1.5** Anton heeft een theatrale persoonlijkheidsstoornis. In Amersfoort heeft hij flyers verspreid waarin hij zich voorstelt als student Fotografie aan de Hogeschool van Utrecht en aangeeft op zoek te zijn naar fotomodellen. Hij zoekt

voor een eindproject meisjes in de leeftijd van 9 tot en met 13 jaar voor een fotoreportage en een video-opname. Hij is geen student aan de Hogeschool van Utrecht maar gebruikt dit om zijn verzoek wat meer inhoud te geven. Geïnteresseerden kunnen een e-mail sturen naar het adres [naam]@hotmail.com of een telefoonnummer bellen. Als vergoeding wordt €20 geboden.

Belinda, een meisje van 13 jaar, leest de flyer en mailt naar het e-mailadres omdat zij geïnteresseerd is in modellenwerk. Dit mailtje wordt beantwoord door een persoon die zich Lizzie noemt. Deze Lizzie (Anton) doet Belinda een aantal voorstellen voor data en locaties voor de reportages. Omdat Belinda alles vertelt aan haar vriendin en het vriendinnetje op haar beurt aan de moeder van Belinda, wordt voorkomen dat het daadwerkelijk tot een ontmoeting komt.

- a Is er sprake van consumentenrecht? Waarom wel, waarom niet?
- b Kunnen de ouders van Belinda Anton aansprakelijk stellen op grond van oneerlijke handelspraktijken?

- 1.6 De uitgever van *de Barneveldse Krant* (BDU) eist van de uitgever van *Barneveld Vandaag* (Wegener) dat deze een rectificatie plaatst die luidt als volgt: 'De afgelopen maanden hebben wij deze krant aangeprezen met het onderschrift "Het dagblad van Barneveld". Daarmee hebben wij ten onrechte de suggestie gewekt alsof deze krant een dagblad is. Dat is echter niet het geval aangezien *Barneveld Vandaag* slechts viermaal per week verschijnt. Bovendien wekt de aanprijzing de suggestie alsof *Barneveld Vandaag* het enige dan wel het beste dagblad voor Barneveld en omgeving zou zijn. Ook dat is niet het geval aangezien in Barneveld en omgeving als enige dagblad *de Barneveldse Krant* verschijnt en geen enkele grond bestaat voor de stelling dat Barneveld Vandaag superieur zou zijn aan *de Barneveldse Krant*.'

De voorzieningenrechter is van oordeel (LJN: BA6045) dat Wegener met het gebruik van de term dagblad voor haar krant *Barneveld Vandaag* bij de gemiddeld geïnformeerde, omzichtige en oplettende gewone consument een onjuiste voorstelling wekt en dat de consument daardoor wordt misleid. Er is sprake van ongeoorloofde vergelijkende reclame en BDU wordt in het gelijk gesteld. De rectificatie moet worden geplaatst en Wegener wordt verboden om *Barneveld Vandaag* aan te prijzen als dagblad. Aan deze veroordeling zal een dwangsom worden verbonden die zal worden gemaximeerd.

Op welk wetsartikel baseert de rechter zijn oordeel?