



# Helderheid in KOPEN op afstand

De cijfers liegen er niet om: in 2013 zijn er in Nederland in de detailhandel ruim achtduizend webwinkels gestart, een record. Het online verkopen en kopen van producten en het leveren van diensten is aan een onstuitbare opmars bezig, maar houdt inherent aan die spectaculaire groei voor alle partijen bepaalde risico's in. Om de risico's voor met name de consument te beperken, is de Wet Kopen op Afstand aanzienlijk aangescherpt.

**O**nder Kopen op Afstand wordt verstaan 'het kopen van goederen of diensten door een particulier van een bedrijf, zonder dat er rechtstreeks contact met een verkoper is'. Nicole Adema, advocaat bij Dorhout Advocaten: 'Je kunt daarbij denken aan het kopen via internet, fax, telefoon, post, een app of enig ander middel voor communicatie op afstand. Voorwaarde is dat het een 100 procent online-aankoop is. Dus niet online bestellen en daarna gewoon bij de fysieke winkel ophalen. Een andere voorwaarde om als consument een beroep te kunnen doen op de beschermende maatregelen, is dat het een privé-aankoop betreft die alleen voor privégebruik is bestemd.'

## Bedenktijd

Een belangrijke wijziging in de nieuwe wetgeving is de verlenging van de bedenktijd. Was de bedenktijd eerder zeven dagen, nu heeft de consument twee weken de gelegenheid om de aankoop zonder opgaaf van redenen te retourneren en de koopovereenkomst te ontbinden. 'De integere ondernemers niet te

na gesproken, maar veel webwinkels ontbrak het - bewust of onbewust - aan duidelijkheid in de verkoopvoorwaarden. Het gevolg was dat de consument iets aanschafte dat niet aan de gewekte verwachtingen voldeed en in het geschil daarover vaak aan het kortste eind trok.'

De wijzigingen bieden de consument een beter instrument om zijn recht wél te halen. Bovendien is de verkoper verplicht om bij de aankoop een standaardformulier toe te voegen, waarmee de koper de bestelling op eenvoudige wijze kan herroepen. 'Die duidelijkheid is essentieel, omdat er bij webwinkels geen sprake is van een face-to-face contact', vervolgt Adema. 'In de vernieuwde regelgeving is daarom bepaald dat de identiteit van de verkoper helder moet zijn. Met wie heb je te maken? Wat zijn de antecedenten van de aanbieder? Verder dient alle correspondentie transparant te zijn en de consument op geen enkele wijze te misleiden.'

## Onduidelijk

Waren bij een aankoopformulier eerder bepaalde zaken al door de verkoper aangevinkt, maar

door de koper niet of nauwelijks te herkennen, voortaan is dat verboden. En ook mag er bij de consument geen onduidelijkheid meer bestaan over de reële kosten. 'Iedereen weet wel van de verhalen waarin aanbiedingen onwaarschijnlijk leken en dat achteraf ook bleken te zijn. Allerlei extra kosten werden vooraf niet vermeld, uiteindelijk wel in rekening gebracht en het was voor de klant dan vaak haast een onmogelijkheid om daaronder uit te komen.'

Overigens wijst Adema voor wat betreft het onwaarschijnlijke karakter van bepaalde aanbiedingen, op de eigen verantwoordelijkheid en de common sense van de consument. 'Marktplaats schrijft dat treffend op haar website: Als iets te mooi lijkt om waar te zijn, dan is dat meestal ook zo'. Helaas is het echter nog steeds zo dat veel consumenten zich laten verleiden door het onwaarschijnlijke en het is de taak van de wetgever om ze zoveel als mogelijk daartegen in bescherming te nemen.'

## Expertise

Als Dorhout Advocaten beschikken we over de juiste expertise om in geval van een geschil de belangen van zowel de consument als de ondernemer naar beste vermogen te behartigen. Ook geven wij in het voortraject juridisch advies op maat aan de ondernemer. Voorkomen is immers altijd beter dan genezen. ■