

Ministerie van Economische Zaken

Leidschendam
7 oktober 2025

Kenmerk
R-25.033/EP/cl

E-mail
euspeters@rndweb.nl

Betreft

Internetconsultatie Wetsvoorstel afkoelperiode colportage

Geachte ,

De leden van de Raad Nederlandse Detailhandel zijn voorstander van een verantwoorde verkoop aan consumenten. Het doel van een verkooptransactie is een tevreden klant. Als *'ongenodigde verkoop aan de deur'* een probleem oplevert wat disproportioneel leidt tot ontevreden klanten, dan verdient dát aandacht, mits dat niet al opgelost kan worden met de standaard wettelijke bedenktijd van 14 dagen die iemand al heeft als iets niet in een verkooppriimte is gekocht. En wanneer is getoetst of de nieuwe regels noodzakelijk en proportioneel zijn in aanvulling op bestaande sectorspecifieke en horizontale regels. En dan nog. Als de cowboys die zich bedienen van agressieve verkooptechnieken aan de deur zich met de huidige regels ook al niet laten tegenhouden door twee weken bedenktijd én de wetgeving rondom oneerlijke handelspraktijken, wat voegt dan een generieke éxtra afkoelingsperiode van drie dagen toe? Laten we het gebeuren dat vanwege een klein aantal malafide verkopers die de regels naar verwachting nog steeds zullen negeren, bonafide bedrijven gaan lijden onder aanvullende regeldruk en innovatie wordt bemoeilijkt? **Is dit een probleem wat opgelost wordt met meer regels of met betere handhaving?** We missen die afweging van nut, noodzaak, proportionaliteit en of het ook op een andere manier kan in het wetsvoorstel.

De leden van de Raad Nederlandse Detailhandel verkopen niet ongenodigd aan de deur, maar wel zien wel dat de klantreis anno 2025 steeds meer uit lossere onderdelen bestaat die steeds vaker buiten een verkooppriimte kunnen plaatsvinden. En in de gehanteerde wettelijke definities is alles buiten een verkooppriimte aan te merken als colportage. En dat is onjuist.

Aangezien *"consumentenrecht voor een groot deel van Europeesrechtelijke oorsprong is"*, verdient dat alleen daarom al een Europese aanpak. We zien namelijk niet dat dit een specifiek Nederlands probleem is. We zien verder eigenlijk ook niet dat het een wettelijk probleem is dat door handhaving van de bestaande regels niet kan worden opgelost.

Achtergrond en aanleiding

De manier waarop een verkooptransactie plaatsvindt en de plaats waar deze plaatsvindt, veranderen regelmatig en zijn geen constante. En nu we in een tijdperk zitten van transformatie naar een digitale, circulaire tijd, verandert er steeds meer en laten innovaties zich moeilijker voorspellen. **We zijn bang dat het wetsvoorstel zoals het er nu ligt, toekomstige innovaties onnodig beperkt.** Als er al iets geregeld moet worden, leg dan sowieso de focus dan alleen op *ongenodigde verkoop buiten een verkooppriimte*. Maak voor eens en altijd een onderscheid in de definitie van

colportage. In dat licht gezien is de verwijzing naar *“in het winkelpand van een andere verkoper (bijvoorbeeld de verkoop van energiecontracten in een elektronicawinkel)”* op bladzijde 4 in de context van colportage ook onjuist en verwarrend. Een winkel is een verkoopruimte. Daar kan sprake zijn van huur, eigenaarschap van het vastgoed, een shop-in-a-shop (onderhuur), ‘pop-up’ of anderszins. De persoon die daar werkt kan een verkoper zijn van de dienst of iemand die op de payroll staat van het winkelconcept die de shop-in-a-shop verhuurt. En die persoon kan een tafel een laptop of een vlag hebben, of alleen een PDA, waar digitaal een handtekening op kan worden geplaatst. Het is verwarrend als daar verschil in lijkt te worden gemaakt. Een verkoopruimte is een verkoopruimte. Wederom: als ‘ongenodigde verkoop aan de deur’ het probleem is wat – bij voorkeur via Europa – om aanscherping vraagt, pak dan alleen dát aan. Niet al het andere, en niet alleen Nederland.

Het is sowieso teleurstellend dat na een voornemen om geen koppen op Europese wetgeving te zetten en na het advies van de heren Letta en Draghi om te dereguleren, de Nederlandse regering tóch met een nieuwe kop op Europese regels komt. De verwijzing naar andere landen als rechtvaardiging had wat ons betreft nu juist een uitnodiging moeten zijn naar de Europese Commissie om met nadere geharmoniseerde regels te komen, indien proportioneel en gewenst. En indien ze daar aantoonbaar werken. Nederland zal niet het enige land zijn waar energiecontracten of zonnepanelen ongenodigd buiten verkoopruimten worden aangeboden.

En heel simpel, als professor Loos aanraadt om het niet te doen, doe het dan ook niet. Probeer niet te redeneren dat drie dagen geen verkoophandeling mogen verrichten nog niet bij de koopovereenkomst hoort. Een klant heeft twee weken bedenktijd bij een overeenkomst die buiten een verkoopruimte is gesloten (artikel 6:230o BW). Zet dat recht centraal in plaats van bijna elke verkoophandeling buiten enige verkoopruimte te compliceren met een extra hindernis als de voorgestelde afkoelingsperiode. Wat overigens verder ook weer complicaties kan opleveren. Immers, als dat aanbod na drie dagen wordt aangepast – er is een aanbod gedaan en er heeft nog geen kooptransactie plaatsgevonden – gaat dan een nieuwe bedenktijd n? Er zal dan veelal een vernieuwd aanbod worden gedaan dat juridisch wellicht als nieuw aanbod kan gelden als condities of prijs veranderen.

Innovaties worden richting toekomst gehinderd

Ooit gingen boeren na de oogst, melken of karnen naar de markt om hun waren te verkopen. Daarna lieten boeren dat over aan professionele (detail)handelaars om zelf weer de focus op boeren te kunnen leggen. Professionele (detail)handelaars vestigden zich in winkelpanden rondom markten en professionaliseerden de verkoop aan consumenten. Echter, ‘de markt’ is nooit echt verdwenen en ook boeren mogen waren die op hun erf zijn gemaakt op hun eigen erf verkopen. Daarna zijn er veel verkoopkanalen en mogelijkheden bijgekomen, tot aan “de Metaverse” aan toe.

Voorbeeld 1. We zitten in een verandering van tijdperk naar de digitale, circulaire tijd. Daar waar we eerst alleen contant betaalden, betalen we nu vaak met een bankpas. Authenticatie, identificatie en autorisatie vinden daar nu tegelijkertijd plaats aan de betaalterminal. We zien echter virtuele ondersteuningsmiddelen ontstaan die identificatie en authenticatie in de klantreis naar voren kunnen halen (bijvoorbeeld beacons) en een afrekening kunnen reduceren tot slechts de autorisatie. Wordt een *virtueel verrijkte verkoopruimte* waar de klant nèt buiten de verkoopruimte op een ja-

button drukt straks ook een verkoop buiten de verkoopruimte? De grenzen van een verkoopruimte vervagen namelijk.

Voorbeeld 2. Je bestelt je boodschappen online. Je hebt jouw supermarkt geautoriseerd om geld van je rekening af te schrijven. De bezorger staat aan de deur en dáár wordt duidelijk wat precies de prijs van de tros bananen was – de bananen waren op en we hebben voor de zekerheid biologische bananen meegenomen als mogelijk alternatief – en jij brengt een tas met statiegeldflessen in, waardoor de totaalprijs anders is dan waar je gisteren online ‘ja’ op hebt gezegd. Wanneer is technisch dan de verkoop gesloten? Idem wanneer jij straks op je slimme koelkast hebt ingesteld dat je altijd tussen de 5 en 25 eieren wilt hebben en automatisch melk bijbestelt als het pak driekwart leeg is. Dat staat nog in de kinderschoenen allemaal, maar wordt wel een verkoop buiten de verkoopruimte. Nou zijn die eieren en de melk geen €50, maar wat nu als de totale bestellijst dat wél wordt als ik instel dat slechts een keer per week wordt geleverd maar wel elke dag wordt besteld? Of worden verschillende verkoophandelingen binnen bepaalde termijn van 24 uur dan mogelijk als *smurfing* gezien om onder de bagatelbepaling te blijven?

Voorbeeld 3 en verder. En wat nu als ‘de schooltandarts’ weer terug zou komen in een rijdende praktijkbus, maar dan als service bij een verzorgingstehuis? Is dat een verkoopruimte? En als zo eenzelfde truck nou zou gaan rijden om lege flessen in te zamelen en zou aanbieden om oude elektronica tegen een vergoeding in te leveren waardoor je er nog wat geld voor krijgt, is dat ook een verkoophandeling buiten de verkoopruimte? En mag op een tupperwareparty ook geen koopovereenkomst meer mogen worden gesloten? En mag de verkoper na drie dagen terugkomen om intekenlijsten af te rekenen? Maar mag hij dan wel de auto hebben geladen met de ingetekende producten of is dat ook al een handeling tijdens de afkoelperiode die onderdeel is van een verkoophandeling en dan onnodig druk zet op een klant om af te nemen?

En als iets geen spoedreparatie is, maar de klant bij een reparatie van een cv-ketel zich realiseert dat een energiebesparende thermostaat misschien ook wel handig is en de monteur er eentje bij zich heeft, mag dat dan ook nog steeds ook als het geen spoedreparatie betreft?

Wat we bedoelen te zeggen is, is dat in plaats van vier situaties uit te sluiten van het wetsvoorstel, denken we dat het een betere keuze is om in de definitie van colportage een onderscheid te maken tussen “ongenodigde verkoop aan de deur” en andere verkoopsituaties niet in een verkoopruimte en alleen wettelijke eisen te stellen aan ongenodigde verkoop aan de deur. Dan laat je namelijk ruimte voor innovaties die gewenst zijn in een digitale, circulaire tijd. En verwijder zoals gezegd de zin “*in het winkelpand van een andere verkoper (bijvoorbeeld de verkoop van energiecontracten in een elektronikawinkel)*” op bladzijde 4. Dat is nadrukkelijk géén colportage omdat het in een verkoopruimte is, waarvoor in de regel een vergoeding wordt betaald. Tenminste als je het wettelijk wilt regelen. Want zoals gezegd zijn we geen voorstander van een Nederlandse wet en vinden we nut en noodzaak onvoldoende onderbouwd en ontbreekt afweging van proportionaliteit en of het ook op een andere manier kan in het wetsvoorstel.

Een Europese kop, én dubbelop

Drie bladzijdes (blz. 6-9) in de Memorie van Toelichting zijn nodig om uit te leggen waarom de maximale harmonisatie tóch niet van toepassing is en wat het geitenpaadje is. We hebben al wetgeving op verkoop buiten verkoopruimte met een wettelijk geregelde mogelijkheid om binnen een bedenktijd van 14 dagen kosteloos te mogen afzien van de koop in de meeste gevallen. Daarnaast hebben we de wetgeving rondom oneerlijke handelspraktijken waar dit soort praktijken in is gereguleerd of zou kunnen worden geregeld.

In de recente rapporten van Letta en Draghi wordt Europa opgeroepen om te gaan dereguleren. Ook onze huidige minister roept daartoe op. Maar de Nederlandse regering wil nu tóch weer met een nieuwe kop op Europese regels komen voor een misstand die al jaren bestaat en transformeert van encyclopedieën naar stofzuigers en daarna naar elektriciteitscontracten en naar zonnepanelen, maar in wezen hetzelfde blijft: het zijn malafide verkopers die bestaande regels niet willen naleven en de pakkans klein is omdat er geen handhaving op zit. Pak het Europees aan, vragen wij, als het al wettelijk moet worden geregeld. Want je zou ook tot de conclusie kunnen komen dat het een handhavingsprobleem is wat niet wordt opgelost met aanvullende regels.

Kies dan voor de best eenvoudige Duitse oplossing of voor de Franse, of maak samen een betere oplossing. Maar maak hem vooral simpel uitlegbaar naar de consument en kijk naar of bewezen is in de praktijk dat het werkt. En effectief werkt tegen die kwaadwillende deurverkoper die ongevraagd aan de deur komt.

Een afkoelingsperiode van drie dagen waarin geen sprake is van een koop en geen contact mogelijk is, een ondubbelzinnige koop op dag drie die pas op dag vier ingaat, en een 14 daagse bedenktijd die vanaf dag 4 dan ingaat, voor alles buiten verkoopruimte behalve vier uitzonderingen waaronder een busreis naar Keulen waar dan wél van alles mag? Dat is niet simpel uitlegbaar in onze ogen.

Waarom komt er geen “*Vereniging van Ongevraagde Deurverkopers*” waarvan de leden een opleiding moeten afronden, een certificaat moeten halen én ingeschreven staan in een register als je ongevraagd aan de deur wilt verkopen? Dan tref je de kwaadwillende verkoper harder dan werkelijk iedereen te confronteren met een extra wettelijke afkoelperiode voor wat in de basis een handhavingsprobleem is.

Met vriendelijke groet,
Raad Nederlandse Detailhandel - RND



Eus Peters
Directeur