

HOOFDARTIKEL

CONSUMENTENRECHT

Mw. mr. R. van Neck, Bird & Bird LLP,
Den Haag

Mr. A.A.H.M. van der Wijst, Bogaerts &
Groenen advocaten, Boxtel

De Europese 'Digital Single Market': brede herziening consumentenregels inzake levering van digitale inhoud en online verkoop van goederen 16-031

Geschreven door: mw. mr. R. van Neck en
mr. S.E. Welbergen, Bird & Bird LLP, Den
Haag

Inleiding

De Europese consumentenwetgeving gaat weer op de schop. Eind vorig jaar heeft de Europese Commissie namelijk twee nieuwe concept richtlijnen gepubliceerd die zien op de levering van digitale inhoud en de onlineverkoop en andere verkoop op afstand van goederen aan consumenten. Met deze richtlijnen beoogt de Commissie de nationale regelgeving van de lidstaten verder te harmoniseren. Dit teneinde consumenten meer vertrouwen te geven in hun rechten bij grensoverschrijdende aankopen en de kosten voor ondernemers als gevolg van de verschillen in overeenkomstenrecht tussen lidstaten te verlagen. Het gevolg is dat de consumentenbescherming in Nederland bij online verkoop en overeenkomsten inzake digitale inhoud (zoals apps, muziek en films) wordt uitgebreid met onder meer geharmoniseerde consumentenrechten bij non-conformiteit. Deze richtlijnen komen voort uit de in het voorjaar van 2015 door de Commissie gepubliceerde 'Digital Single Market Strategy'. Dit is een pakket aan maatregelen dat ervoor moet zorgen dat de digitale interne markt van Europa wordt versterkt.

In deze bijdrage bespreken wij de regels van deze concept richtlijnen en hun plaats in de Nederlandse wetgeving.

De Europese 'Digital Single Market' strategie

De digitale economie biedt grote groei-kansen voor de Europese Unie. Volgens de Commissie kan een goed werkende digitale interne markt een groei van €415 miljard

van de Europese economie tot gevolg hebben en honderdduizenden banen creëren. Dit groeipotentieel wordt volgens de Commissie nog niet ten volle benut. Zo kochten in 2014 slechts 18% van de consumenten die het internet voor privé-doeleinden gebruikten online in een andere EU-land, terwijl 55% van de consumenten online op de binnenlandse markt kochten.¹

Als een van de belangrijkste oorzaken hiervoor wijst de Commissie de gefragmenteerde regelgeving tussen de Europese lidstaten aan. Deze fragmentatie creëert onzichtbare grenzen binnen de Europese digitale interne markt. Grenzen die consumenten en ondernemingen ervan weerhouden om zich actiever te bewegen op de Europese digitale interne markt.

Om deze grenzen te doorbreken en de marktcondities in de Europese Unie te verbeteren, heeft de Commissie een plan van aanpak opgesteld: de 'Digital Single Market' strategie. Deze strategie is op 6 mei 2015 bekend gemaakt.² De Digital Single Market strategie is een zeer uitgebreid pakket aan maatregelen dat de Europese digitale economie moet versterken. Het ambitieuze doel: wereld-leider worden in de digitale economie.

De Digital Single Market strategie is ingedeeld in drie pijlers:

1. betere toegang voor consumenten en ondernemingen tot digitale goederen en diensten binnen de EU;
2. het creëren van de juiste condities voor digitale netwerken en diensten om te kunnen floreren;
3. het maximaliseren van het groeipotentieel van de Europese digitale economie.

Deze drie pijlers worden vormgegeven door een lijst met maar liefst 16 initiatieven, die voor het einde van 2016 moeten worden aangepakt. Deze initiatieven zien onder meer op de volgende onderwerpen:

- wetgevingsvoorstellen voor simpelere en effectieve regels ten aanzien van grensoverschrijdende contracten;
- maatregelen ter verbetering van de diensten voor het versturen van pakketten;
- het uitbannen van ongerechtvaardigde geo-blocking;

- het hervormen van het auteursrecht;
- het hervormen van telecom regulering ter bevordering van een betrouwbaar, snel en betaalbaar communicatienetwerk;
- het hervormen van de e-Privacy Richtlijn; en
- het ontplooiën van een vrije stroom van data en een Europese 'cloud'.

De in december gepubliceerde concept richtlijn aangaande digitale inhoud (hierna: 'concept Richtlijn Digitale Inhoud')³ en de concept richtlijn aangaande online-verkoop en andere verkoop op afstand van goederen (hierna: 'concept Richtlijn Onlineverkoop Goederen') behoren tot de eerste pijler en vormen de verwezenlijking van het hierboven als eerst genoemde initiatief.

De concept Richtlijnen inzake digitale inhoud en online verkoop van goederen

Met de concept Richtlijnen beoogt de Commissie obstakels weg te nemen door het overeenkomstenrecht van de lidstaten op een aantal aspecten te harmoniseren. Teneinde tot een maximaal resultaat te komen heeft de Commissie de concept Richtlijnen gebaseerd op maximum harmonisatie. Dit betekent dat de individuele lidstaten geen regels mogen handhaven of invoeren die minder of meer bescherming bieden aan consumenten dan de concept Richtlijnen. Alhoewel er verschillen in uitleg van deze regels tussen de lidstaten zullen blijven bestaan, zullen deze regels in de Europese Unie door maximumharmonisatie dus grotendeels overeenstemmen.

Eerder is er - voorafgaand aan de Digital Single Market strategie - al een begin gemaakt met het harmoniseren van het overeenkomstenrecht bij consumentenovereenkomsten. Zo is er de Richtlijn Consumentenkoop⁴ die ook ziet de verkoop van goederen aan consumenten en de Richtlijn Oneerlijke Bedingen⁵ over oneerlijke voorwaarden in consumentenovereenkomsten. De meest recente richtlijn is de Richtlijn Consumentenrechten die voornamelijk ziet op verkoop op afstand (waaronder online-verkoop van digitale inhoud) en verkoop buiten de verkoopruimte (zoals colportage).⁶ Deze regels hebben betrekking op de precontractuele fase en de fase kort na het tot stand komen van de overeenkomst. De regels van de Richtlijn Consumentenrechten zijn in de zomer van 2014 in Nederland in werking getreden.

Concept Richtlijn Digitale Inhoud

De huidige toepasselijke regels voor overeenkomsten inzake digitale producten lopen zeer sterk uiteen tussen de lidstaten. Er bestaan alleen al grote verschillen wat betreft de kwalificatie van dit type overeenkomst. Zo worden overeenkomsten inzake digitale inhoud in de verschillende lidstaten onder meer gekwalificeerd als dienstenovereenkomsten, verkoop overeenkomsten of lease overeenkomsten. Een eenduidige Europese benadering ontbreekt op dit vlak.

In Nederland vallen consumentenovereenkomsten inzake de levering van digitale inhoud onder verschillende regimes. De consumentenkoopregels uit Boek 7 BW zijn van toepassing indien de digitale inhoud op een materiële drager (zoals een CD of DVD) wordt geleverd. Wordt de digitale inhoud niet op een materiële drager geleverd, dan zijn de consumentenkoopregels (grotendeels) ook van toepassing als de digitale inhoud 'geïndividualiseerd' is en de consument daarop 'feitelijke macht' kan uitoefenen (artikel 7:5 lid 5 BW). Grofweg wordt hiermee verwezen naar downloadovereenkomsten waarbij een niet in tijdsduur beperkt gebruik wordt verschaft tegen betaling van een eenmalig bedrag. Deze formulering sluit overigens aan bij het Nederlandse Beeldbrigade-arrest.⁷ Voldoet de consumentenovereenkomst inzake de levering van digitale inhoud niet aan deze formule - denk bijvoorbeeld aan streamingovereenkomsten of overeenkomsten inzake clouddiensten - dan wordt de overeenkomst beheerst door het algemene overeenkomstenrecht uit Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek.

Met de Richtlijn Digitale Inhoud worden deze verschillen tussen de lidstaten voor overeenkomsten inzake de levering van digitale inhoud aan consumenten gedeeltelijk geharmoniseerd. Deze concept Richtlijn bevat voornamelijk regels over de overeenstemming van de digitale inhoud met de overeenkomst (conformiteit) en de rechten van consumenten in geval van non-conformiteit. Tevens geeft de concept Richtlijn de consument extra ontbindingsmogelijkheden bij lange termijnovereenkomsten inzake de levering van digitale inhoud.

Opvallend is dat de concept Richtlijn Digitale Inhoud eveneens van toepassing is als de consument als tegenprestatie voor

de levering van de digitale inhoud geen geld betaalt, maar (persoons)gegevens verstrekt. Na ontbinding van de overeenkomst dient de leverancier overigens het gebruik van deze (persoons)gegevens te staken. Ook introduceert de concept Richtlijn een wettelijk recht van regres, waarmee de leverancier een wettelijk vorderingsrecht op zijn voorschakel heeft als de consument zijn rechten bij non-conformiteit uitoefent. Hieronder worden enkele bepalingen van de Richtlijn Digitale Inhoud besproken.

Bespreking van enkele bepalingen Richtlijn Digitale Inhoud

De reikwijdte van de Richtlijn

De concept Richtlijn Digitale Inhoud ziet op alle consumentenovereenkomsten waarbij digitale inhoud - zoals muziek, video, games, apps en digitale files voor 3D-printen - in ruil voor geld of (persoons)gegevens wordt geleverd, via een duurzame drager (zoals de CD of DVD), download of streaming. Ook ziet de Richtlijn op consumentendiensten betreffende het creëren, verwerken, opslaan en delen van digitale gegevens, zoals clouddiensten en sociale media. Ten slotte heeft de Richtlijn ook betrekking op de duurzame drager waarop de digitale inhoud opgeslagen is.

De Richtlijn heeft dus een brede toepassing, met name door de brede definitie van 'digitale inhoud'. Deze definitie is breder dan de definitie voor hetzelfde begrip 'digitale inhoud' uit de Richtlijn Consumentenrechten. Uit de consultatie die de Commissie voorafgaand aan de publicatie van de concept Richtlijnen hield, kwam onder andere naar voren dat de definitie van 'digitale inhoud' ruimer gedefinieerd zou moeten worden. Dit teneinde in te kunnen spelen op de snelle technologische ontwikkelingen en fragmentatie in regelgeving voor digitale producten te beperken.⁸

Persoonsgegevens als tegenprestatie

De Richtlijn bepaalt uitdrukkelijk dat de daarin opgenomen regels niet alleen gelden als de consument betaalt voor de digitale inhoud, maar ook als hij daarvoor als tegenprestatie persoonsgegevens of andere gegevens verstrekt aan de leverancier (artikel 3, eerste lid). Het verstrekken van (persoons)gegevens louter voor de uitvoering

van de overeenkomst is daarvan uitgezonderd. Waar de grens ligt tussen deze twee wordt overigens niet bepaald. Dat zal voor de praktijk een belangrijke vraag worden, indien de Commissie dit punt niet verduidelijkt in de definitieve richtlijn. Voorts bepaalt de Richtlijn uitdrukkelijk dat de leverancier direct moet stoppen met het gebruiken van deze (persoons)gegevens na ontbinding van de overeenkomst door de consument wegens non-conformiteit of de uitoefening van de extra ontbindingsmogelijkheden die in de Richtlijn worden genoemd. Ook hier kan een belangrijke vraag worden gesteld, namelijk in hoeverre de laatste regel in overeenstemming is met de benadering in de huidige Europese privacyregelgeving, op grond waarvan de leverancier persoonsgegevens van zijn ex-klanten onder voorwaarden gedurende een bepaalde periode mag blijven gebruiken (ook voor marketingdoeleinden).⁹

Opvallend is dat de Richtlijn niet bepaalt dat de leverancier dit gebruik ook moet stoppen als de overeenkomst om een andere reden eindigt (zoals regelmatige opzegging of verloop van de duur van de overeenkomst). Ook bij overeenkomsten waarbij de digitale inhoud in één keer wordt geleverd mag de leverancier de (persoons)gegevens blijikbaar blijven gebruiken na de levering.

Recht van regres

De Richtlijn biedt aan de leverancier het recht van regres. De leverancier heeft onder de concept Richtlijn een wettelijk vorderingsrecht op zijn voorschakel in geval de consument zijn rechten bij non-conformiteit of het uitblijven van de levering uitoefent en deze voorschakel daarvoor verantwoordelijk is. De lidstaten zijn vrij in het bepalen welke vorderingen de leverancier kan indienen bij zijn voorschakel, zoals een vordering tot nakoming, schadevergoeding of ontbinding.

In Nederland kennen we een dergelijk regresrecht alleen uit de kooptitel van boek 7 BW (zie artikel 7:25 BW), en dus niet ten aanzien van alle overeenkomsten inzake digitale inhoud. In tegenstelling tot het Nederlandse regresrecht, bepaalt de Richtlijn Digitale Inhoud niet dat hiervan niet ten nadele van de leverancier kan worden afgeweken. Het regresrecht uit de Richtlijn Digitale Inhoud lijkt hiermee dus

vooral nog contractueel te kunnen worden uitgesloten door een voorschakel.

Onmiddellijke levering

De Richtlijn bepaalt dat de leverancier de digitale inhoud direct na het sluiten van de overeenkomst dient te leveren, tenzij anders overeen is gekomen met de consument (artikel 5, tweede lid). Doet de leverancier dit niet, dan kan de consument de overeenkomst ontbinden (artikel 11).

Opvallend is dat de Richtlijn Digitale Inhoud op dit punt een ander uitgangspunt lijkt te nemen dan de Richtlijn Consumentenrechten. De Richtlijn Consumentenrechten gaat er namelijk van uit dat de consument in geval van verkoop op afstand van digitale inhoud anders dan op een materiële drager, uitdrukkelijk moet instemmen met de directe levering (artikel 14, vierde lid, Richtlijn Consumentenrechten en artikel 6:230s, vijfde lid, onder b BW). Dit houdt verband met het feit dat de levering in dat geval plaatsvindt tijdens de in de Richtlijn Consumentenrechten genoemde bedenktijd van 14 kalenderdagen. Directe levering is in de Richtlijn Consumentenrechten dus niet het uitgangspunt. Sterker nog, stemt de consument hier niet mee in, dan kan hij de overeenkomst binnen de bedenktijd van 14 kalenderdagen kosteloos ontbinden zonder eventuele vergoeding voor het gebruik van de digitale inhoud. In geval van het online kopen van een film zou dit een gratis filmavond voor de consument opleveren. Wellicht zou in een volgende versie van de Richtlijn Digitale Inhoud de richtlijnen op dit punt nader tot elkaar kunnen worden gebracht.

(Non-)conformiteit en rechtsmiddelen

De Richtlijn Digitale Inhoud vult de conformiteitseis nader in en bepaalt uitdrukkelijk waaraan de digitale inhoud moet voldoen (artikel 6, 7 en 8). Zo bepaalt de Richtlijn onder andere dat de digitale inhoud geschikt moet zijn voor het doel waarvoor de consument heeft aangegeven het te willen gebruiken en dient de leverancier de meest recente versie van de digitale inhoud te leveren. Installeert de consument de digitale inhoud onjuist door een fout in de installatie-instructie, dan geldt dit als gebrek in de conformiteit.

Bij non-conformiteit heeft de consument voorts recht op herstel en als dat geen optie

is een evenredige vermindering van de prijs of ontbinding van de overeenkomst (artikel 12 en 13). Ook voorziet de Richtlijn in een recht op schadevergoeding in geval de non-conforme digitale inhoud schade heeft veroorzaakt aan de digitale omgeving van de consument (artikel 14).

Omkering bewijslast

De consument zal niet hoeven te bewijzen dat de digitale inhoud non-conform was ten tijde van de levering. In plaats daarvan dient de leverancier te bewijzen dat de digitale inhoud voldeed aan de overeenkomst ten tijde van de levering (artikel 9). In Nederland kennen we een dergelijke omkering van bewijslast uit de koop titel (artikel 7:18, tweede lid BW). Echter, in dat geval geldt de omkering van bewijslast slechts gedurende een periode van zes maanden na aflevering. De omkering van bewijslast uit de Richtlijn Digitale Inhoud geldt voor een onbepaalde periode, omdat digitale inhoud niet onderhevig zou zijn aan slijtage.

Speciale ontbindingsmogelijkheden duurzame overeenkomsten

De Richtlijn creëert twee speciale ontbindingsmogelijkheden voor de consument in geval de digitale inhoud wordt geleverd gedurende een bepaalde periode (bijvoorbeeld een abonnement op een streamingdienst).

Ten eerste bepaalt dat Richtlijn dat de leverancier alleen eenzijdig substantiële wijzigingen mag aanbrengen in de functionaliteit, interoperabiliteit of andere wezenlijke prestatiekenmerken van de digitale inhoud als de overeenkomst dit bepaalt en de leverancier de consument binnen een redelijke termijn voorafgaand aan de wijziging in kennis heeft gesteld van de wijziging. Ook moet de consument het recht hebben om de overeenkomst kosteloos te ontbinden binnen een termijn van ten minste 30 kalenderdagen na kennisgeving van de wijziging. Deze regel doet denken aan een vergelijkbare regeling voor telecomcontracten die in Nederland is opgenomen in artikel 7.2 Telecommunicatiewet.

Ten tweede biedt de Richtlijn de consument het recht deze duurovereenkomst na een periode van 12 maanden te ontbinden met een termijn van 14 kalenderdagen, ongeacht of de overeenkomst voorziet in een dergelijk recht of niet. Ook deze regeling is voor

Nederland niet helemaal vreemd. We kennen een soortgelijke regeling in Nederland onder de zgn. Wet van Dam (opgenomen in de algemene voorwaardenregeling van artikel 6:236 en 6:237 BW). Toch verschilt de regeling uit de Richtlijn Digitale Inhoud op een aantal punten van de Wet van Dam. Zo is bijvoorbeeld de opzeg-/ ontbindingstermijn uit de Richtlijn Digitale Inhoud korter (14 kalenderdagen in plaats van een maand onder de Wet van Dam) en is een contractduur van meer dan een jaar zonder tussentijds opzegrecht of ontbindingsrecht onder de Wet van Dam mogelijk, mits hiervoor een goede reden is aan te wijzen. Omdat de Richtlijn uitgaat van maximumharmonisatie zal de regeling uit de Richtlijn voor gaan op de Wet van Dam (uiteraard alleen voor overeenkomsten inzake digitale inhoud).

Concept Richtlijn Online Verkoop Goederen

De Richtlijn Onlineverkoop Goederen bevat soortgelijke regels als de Richtlijn Digitale Inhoud, maar dan voor verkoopovereenkomsten op afstand van goederen. De regels hebben met name betrekking op (non-)conformiteit en de rechten van consumenten bij non-conformiteit. Uit hoofde van de huidige Richtlijn Consumentenkoop (uit 1999) hebben de lidstaten al soortgelijke regels moeten implementeren in hun nationale wetgeving.¹⁰ Desondanks zijn er op dit vlak verschillen blijven bestaan tussen de lidstaten. De Richtlijn Consumentenkoop is namelijk gebaseerd op minimumharmonisatie, waardoor lidstaten afwijkende regels mogen handhaven en invoeren (zolang deze de consument maar meer bescherming bieden). Een voorbeeld daarvan is de wettelijke garantietermijn die per lidstaat verschilt van een flexibele termijn (zoals in Nederland) tot gefixeerde garantietermijnen van twee of soms vijf jaar. Met de Richtlijn Onlineverkoop Goederen beoogt de Commissie deze verschillen voor verkoopovereenkomsten op afstand terug te dringen door de Richtlijn te baseren op maximumharmonisatie.

Bespreking van enkele bepalingen Richtlijn Online Verkoop Goederen

Hieronder worden enkele bepalingen van de Richtlijn Onlineverkoop Goederen besproken.

Wettelijke garantietermijn wordt twee jaar

De wettelijke garantietermijn bij consumentenkoop verschilt op dit moment per lidstaat. Sommige lidstaten hanteren een gefixeerde wettelijke garantietermijn van twee of soms vijf jaar. Nederland heeft geen strak omlijnde wettelijke garantietermijn, maar hanteert een flexibele termijn. Deze termijn is gelijk aan de levensduur die de consument redelijkerwijs zou mogen verwachten en kan – afhankelijk van het product- langer zijn dan twee jaar. De Richtlijn Onlineverkoop Goederen trekt deze wettelijke garantietermijn ten aanzien van verkoop-op-afstand van goederen gelijk tussen de lidstaten, en stelt deze op twee jaar (artikel 14).

Omkering bewijslast

Net als de Richtlijn Digitale Inhoud bevat de Richtlijn Onlineverkoop Goederen een omkering van bewijslast. Door deze omkering van bewijslast moet een verkoper bewijzen dat het goed voldeed aan de overeenkomst op het moment van aflevering, teneinde een vordering van een consument gebaseerd op non-conformiteit succesvol af te weren. Als gezegd bevat artikel 7:18, tweede lid BW een vergelijkbare omkering van bewijslast voor verkoopovereenkomsten, die geldt gedurende de eerste zes maanden na aflevering. Deze periode wordt door de Richtlijn Onlineverkoop Goederen voor verkoop-op-afstand van goederen verlengd tot twee jaar na aflevering (artikel 8, derde lid).

Klachtplicht verdwijnt

Verschillende lidstaten in de Europese Unie bepalen in hun nationale regelgeving dat de consument zijn vorderingsrecht bij non-conformiteit verliest als hij de verkoper niet binnen een bepaalde termijn op de hoogte stelt van het gebrek. In Nederland is een dergelijke regel voor koopovereenkomsten opgenomen in artikel 7:23, eerste lid BW. Daarin staat dat de consument de verkoper binnen bekwame tijd na ontdekking op de hoogte moet stellen van het gebrek. Kennisgeving binnen een termijn van twee maanden geldt volgens dit artikel in ieder geval als tijdig. De Richtlijn Onlineverkoop Goederen bepaalt dat deze klachtplicht voor verkoopovereenkomsten op afstand moet komen te vervallen (§ 25 van de overwegingen).

Rechtsmiddelen bij non-conformiteit

In geval van non-conformiteit heeft de consument volgens de Richtlijn Onlineverkoop Goederen de keuze uit kosteloze vervanging of herstel (artikel 9). Is herstel of vervanging geen optie, dan heeft de consument recht op een evenredige vermindering van de prijs of kan hij de overeenkomst ontbinden. Dit wijkt niet af van het huidige Nederlandse systeem uit de koopwetgeving, met dien verstande dat de Richtlijn bepaalt dat de consument ook kan ontbinden in geval van een klein defect (artikel 13). Onder de huidige Nederlandse koopregels kan de consument niet ontbinden als het defect gezien haar geringe betekenis de ontbinding niet rechtvaardigt.

Van concept naar geldende wetgeving

De concept Richtlijnen zullen nog moeten worden aangenomen door het Europese Parlement en de Europese Raad. Zoals gesignaleerd roepen de concepten op een aantal onderdelen wezenlijke vragen op. De inschattingen van het ministerie van Buitenlandse Zaken zijn (niettemin) dat de lidstaten waarschijnlijk openstaan voor de Richtlijn Digitale Inhoud. Daarbij speelt een rol dat slechts een beperkt aantal lidstaten specifieke wetgeving hebben op dit gebied. De verwachting van het ministerie is dat de meeste discussie zal worden gevoerd over de reikwijdte van deze Richtlijn. De lidstaten zullen vermoedelijk meer verdeeld zijn over de Richtlijn Onlineverkoop Goederen, onder meer vanwege het onderscheid dat hierdoor ontstaat tussen online en offline koopcontracten.¹¹

Na aanneming van de Richtlijnen zullen de lidstaten de regels moeten omzetten in hun nationale wetgeving. In Nederland zal dit een wijziging van en aanvulling op het Burgerlijk Wetboek betekenen. Vooralsnog staat er in de concept Richtlijnen dat de lidstaten een periode van twee jaar (na aanneming van de Richtlijn) zullen krijgen om de regels om te zetten in nationaal recht.

Noten:

- 1 Toelichting bij de concept richtlijnen: 2015/0287 (COD) en 2015/0288 (COD). Digital Single Market Strategie: COM (2015) 192.
- 2 COM (2015) 634.
- 3 Richtlijn 1999/44/EG (Richtlijn Consumentenkoop).
- 4 Richtlijn 1993/13/EEG (Richtlijn Oneerlijke Bedingen).
- 5 Richtlijn 2011/83/EU (Richtlijn Consumentenrechten).
- 6 HR 27 april 2012, LJN: BV 1301 (Beeldbrigade).

- 7 Zie overweging 11 bij de Richtlijn Digitale Inhoud en de 'Summary of results'. (via http://ec.europa.eu/justice/newsroom/contract/opinion/150609_en.htm)
- 8 Zie bijvoorbeeld Richtlijn 95/46 EG en richtlijn 2002/58/EG.
- 9 Richtlijn 1999/44/EG (Richtlijn Consumentenkoop).
- 10 Kamerstukken 2015-2016, 22 112, nr. 2058.
- 11 Kamerstukken 2015-2016, 22 112, nr. 2058.