

Bijdrage internetconsultatie wetsvoorstel afkoelperiode – 9 oktober 2025

Bezwaren wetsvoorstel “Wijziging van Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek in verband met het invoeren van een afkoelperiode voorafgaand aan het sluiten van overeenkomsten buiten de verkoopruimte”. (Toevoeging artikel 230ta Burgerlijk Wetboek)

1. **Er is geen nieuwe wetgeving nodig. Er is reeds voldoende wetgeving voor de autoriteiten om op te treden tegen malafide verkopers. Het slechts invoeren van een afkoelperiode of andere nieuwe wetgeving biedt geen daadwerkelijke bescherming of betere handhaving.**

Waarom nieuwe wetgeving overbodig is, en ondernemers hun kansen op ontwikkeling ontnemt:

1. De Richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken verbiedt ook reeds oneerlijke praktijken en bevat een specifiek verbod op agressief gedrag bij deur- aan-deurverkoop (punt 22 UCPD annex).
 2. Een goede handhaving van deze gecombineerde bestaande regels biedt een zeer sterke bescherming voor consumenten en moet misbruik bij (onaangekondigde-)huis-aan-huisverkoop voorkomen. Strengere handhavingsmaatregelen door de Nederlandse autoriteiten zijn een oplossing voor deze problemen; niet meer wet- en regelgeving. Daar zullen malafide bedrijven en hun verkopers zich niets van aantrekken.
 3. Agressieve praktijken van onaangekondigde huis-aan-huisverkoop worden toegepast door bepaalde soorten bedrijven die geen lid zijn van Vereniging Directe Verkoop (VDV). Leden van VDV zijn gebonden aan een strikte gedragscode* en respecteren de bestaande wetten. De wetgever moet erop letten dat legitieme bedrijven die, -op verzoek van de klant-, kwaliteitsproducten aanbieden, aan consumenten en alternatieve extra inkomensmogelijkheden aan micro-ondernemers, niet worden beperkt. Veel van deze micro-ondernemers (inmiddels ruim 80.000 in Nederland) krijgen door middel van deze branche onder andere toegang tot vaardigheidstrainingen, waarvan zij hun hele werkzame leven profijt hebben**.
 4. Het is voor malafide bedrijven bovendien vrij eenvoudig om elke verplichting tot het bevestigen van de aankoop te omzeilen door een afzonderlijk document aan het bestelformulier toe te voegen.
2. **Lidstaten mogen alleen aanvullende regels kunnen vaststellen om consumenten te beschermen tegen agressieve of misleidende marketing- of verkooppraktijken in het kader van ongevraagde bezoeken aan de woning van een consument. Daarnaast moeten deze regels ook proportioneel zijn.**
- In het huidige voorgestelde artikel 230ta worden echter eerst alle vormen van colportage binnen het begrip “verkoop buiten de winkelruimten” beperkt, en daarna pas worden gewenste afspraken bij de consument, summier, in een uitzondering genoemd. Ons inziens is dit niet in overeenstemming met de strekking van de Europese wetgeving, en een aanzet tot het beperken van een door de consument gewenst contact, -en dit is de basis van de branche ‘Directe Verkoop’ !-.**

Waarom gevraagde bezoeken niet in het algemeen mogen worden beperkt zoals in lid 1 van artikel 230 ta wel wordt voorgesteld, en de slechts eng geformuleerde uitzondering (lid 3) hierop, zorgt voor verdere beperkingen in de toekomst, geheel tegen de woorden en strekking van de Europese richtlijn:

Er worden strikte voorwaarden in de Moderniseringsrichtlijn (Omnibus Directive EU 2019/2161) gegeven voor de regulering (beperken) voor verkoop buiten verkoopruimten:

1. De lidstaten kunnen de herroepingstermijn verlengen tot 30 dagen of andere evenredige maatregelen nemen om alleen **ongevraagde bezoeken aan de woning van de consument** te beperken.
2. Gevraagde bezoeken of andere vormen van rechtstreekse verkoop **kunnen niet verder worden gereguleerd door de lidstaten** die de richtlijn consumentenrechten en oneerlijke handelspraktijken - en alleen die regels - moeten toepassen om een geharmoniseerde interne markt te waarborgen.

Een beperking (en alleen *evenredig, niet-discriminerend en gerechtvaardigd*), mag dus **alleen** worden gemaakt voor **ongevraagde** bezoeken door een handelaar bij de consument thuis of van excursies die worden georganiseerd door een handelaar.

In het artikel in het huidige wetsvoorstel worden eerst voor alle vormen van colportage binnen het begrip 'verkoop buiten verkoopruimten', een extra drempel opgelegd, en wordt pas daarna een uitzondering opgenomen, die bovendien summier (en voor meerdere uitleg vatbaar) wordt omschreven. Dit leidt tot onduidelijkheid, nu en in de toekomst, en is beperkend voor legaal werkende bedrijven én de consument.

Indien de wetgever toch extra wetgeving wil maken, -hoewel niet nodig, zie punt 1-, moet ondubbelzinnig duidelijk zijn dat het binnen de Europese wetgeving valt en dus alleen en proportioneel beperkend kan zijn voor **ongevraagde** bezoeken. **Aan het beperken van gevraagde bezoeken zou de wettekst helemaal niet mogen toekomen.** De gevraagde bezoeken hoeven in het geheel niet te worden genoemd, die mogen immers niet worden beperkt.

Daarnaast moeten de regels volgens de Europese wetgeving ook proportioneel zijn. Een verwijzing naar bijvoorbeeld de huidige Belgische maatregelen is dus niet mogelijk: In het geval van België gelden de door de Nederlandse autoriteiten genoemde beperkingen namelijk niet voor alle sectoren, maar alleen voor elektriciteits- en gasleveranciers.

Directe verkoop gaat uit van het 'warme en persoonlijke' contact tussen de (micro-)ondernemer en de consument. Naast andere vormen van afspraken die worden gemaakt tussen consument en ondernemer, valt daaronder ook een gevraagd bezoek aan huis. Wij pleiten aldus voor een duidelijk en ondubbelzinnig behoud van de legale verkoopvorm: gewenste verkoop buiten verkoopruimten. **Dit moet vanaf het begin duidelijk zijn, om verwarring met (en extra regulering van-) onze branche te voorkomen.**

--

Wij betreuren verder dat de tekst van de Memorie van Toelichting suggestief is geschreven, nu de spanning met de Europese regelgeving wordt gebagatelliseerd en men spreekt over "signalen ontvangen" en "waarschijnlijk" topje van de ijsberg. Het zou een goede gelegenheid zijn geweest om concreet en per sector het aantal recente klachten (indien ook ontvankelijk) te geven, en zo meer inhoudelijk te kunnen rapporteren.

* [VDV Gedragscode](#) (Seldia Code of Conduct) (en Algemene Voorwaarden Geschillencommissie Directe Verkoop: geen klachten, zie onder andere [jaarverslag 2024](#) van Stichting De Geschillencommissie).

** [IPSOS Direct Sellers Survey 2023](#) (SELDIA in collaboration with DSE), page 23: "More than three-quarters of direct sellers (77%) say that the work has given them more than just money, and that it has improved their interpersonal skills. Most also say that direct selling has helped improve their self-esteem and confidence (74%) their business skills (72%), their ability to work in a team (65%), and their overall quality of life (64%)."