

Colofon

- **Missie** JurisDidact streeft ernaar kennis en inzicht bij juristen te verhogen en de ontwikkeling van het professioneel handelen te bevorderen door middel van onafhankelijke, individuele nascholing.
 - **PO-punten** 3
 - **Geldigheid** U kunt de eindtoets maken zolang deze in uw online persoonlijk dossier staat vermeld.
- 
- **Redactie** Mr. Pieter Dorhout, hoofdredacteur
Mr. dr. Chana Grijsen
Mr. drs. Marije Jeltes
Prof. mr. dr. Lies Punselie
 - **Docent** Mr. Nathalja Doing
 - **Uitgever** Igno Ketelaars
 - **Vormgeving** Roelof Koster Design, Mildam
 - **Foto omslag** Splinter Photography, Job Jonathan Schlingemann
- © 2022 JurisDidact, Gorssel
Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enig andere manier, zonder voorafgaande toestemming van de uitgever.
- **Bestellingen** De basisprijs van een programma is € 189,50 (excl. btw), tenzij anders vermeld. Bij gelijktijdige bestelling vanaf 4 programma's geldt korting. Zie hiervoor de website van JurisDidact. JurisDidact legt de gegevens van bestellers vast voor verwerking van de bestelling. De gegevens kunnen door ons worden gebruikt om u te informeren over relevante producten en diensten, tenzij u te kennen hebt gegeven hiertegen bezwaar te hebben.
 - **Certificaten** Certificaten worden alleen toegekend aan kopers van losse programma's.
 - **Administratie** Bij wijziging van de tenaamstelling en/of het adres verzoeken wij u deze gegevens door te geven aan de klantenservice van JurisDidact: Parallelweg 25, 7213 VT Gorssel.
 - **Algemene voorwaarden** Levering en diensten geschieden volgens de Algemene voorwaarden van MOCuitgevers BV, gedeponeed bij de Kamer van Koophandel onder nummer 6469182. Een exemplaar van deze voorwaarden zal op verzoek worden toegezonden. De voorwaarden zijn te raadplegen via www.mocuitgevers.nl.

Inhoud

Pretoets – 7

Blok A

Digitaal contracteren

- A1 Totstandkoming overeenkomst via digitale weg – 11
- A2 Geldigheid digitale overeenkomsten – 13
- A3 Elektronische handtekeningen – 14
- A4 Digitale algemene voorwaarden – 16
- A5 Online informatieplichten – 18

Blok B

Online consumentenbescherming

- B1 Huidige regels op het gebied van (online) consumentenbescherming – 21
- B2 Bijzondere verplichtingen bij online consumentenovereenkomsten – 22
- B3 Oneerlijke handelspraktijken en oneerlijke bedingen – 28
- B4 Handelen via e-commerce-platforms (*Platform-to-Business*) – 31
- B5 Recente ontwikkelingen inzake consumentenbescherming – 33

Blok C

Reclame, marketing en privacy

- C1 Misleidende en vergelijkende reclame – 35
- C2 De Nederlandse Reclame Code(s) – 37
- C3 Direct marketing – 40

C4 Cookies – 42

C5 Algemene Verordening Gegevensbescherming – 44

Afkortingenlijst – 50

Antwoorden pretoets en casuïstiek – 51

Noten – 55

Toetsvragen – 58

Inleiding

De consument van nu bestelt boodschappen via een supermarkt-app, zoekt en boekt vakanties via vergelijkingssites en verhuurplatforms, leest het nieuws gratis online en onderhoudt relaties via sociale media.

Consumenten die via de digitale weg overeenkomsten sluiten, gepersonaliseerde advertenties en aanbiedingen geserveerd krijgen en persoonsgegevens prijsgeven in ruil voor gratis diensten worden niet alleen beschermd door algemeen toepasselijke regelgeving, maar ook meer en meer door bijzondere regels die zijn toegespitst op het digitale rechtsverkeer en de verwerking van persoonsgegevens in de online omgeving.

Deze cursus is bedoeld voor advocaten die cliënten adviseren over diverse aspecten van digitale handel en online gegevensverkeer. In deze cursus staat 'de digitale consument' centraal en komen thema's aan bod als e-commerce, consumentenbescherming, (online) reclame, direct marketing en privacy.

In deze cursus zal, verdeeld over drie blokken, worden ingegaan op de volgende onderwerpen:

Blok A
Blok B
Blok C

Digitaal contracteren
Online consumentenbescherming
Reclame, marketing en privacy

In Blok A behandel ik de belangrijkste regels die gelden voor digitaal contracteren. In Blok B zoom ik in op consumentenbeschermingsregels die gelden in de online omgeving. In Blok C worden reclameright, direct marketing, cookies en privacyaspecten van online zakendoen behandeld.

■ **Leerdoelen**

Na afloop van deze juridische nascholing:

- kent u de juridische voorwaarden voor het contracteren via de digitale weg;
- kunt u bepalen welke e-commerceverplichtingen alleen voor consumenten gelden en welke ook in 'business-to-business'-relaties;
- weet u aan welke informatieplichten een webwinkel moet voldoen;
- bent u op de hoogte van recente ontwikkelingen op het gebied van consumentenbescherming;
- kent u enkele basisregels van het reclamerecht en influencer marketing;

- weet u welke voorwaarden gelden voor directmarketingactiviteiten;
- weet u welke voorwaarden gelden voor het gebruik van cookies;
- kent u basisbegrippen uit de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG).

■ *Opmerkingen*

Deze cursus is in drie gedeelten, Blok A, Blok B en Blok C door te lopen. U zult voor de drie blokken in totaal ongeveer drie uur nodig hebben.

■ *Criteria toets*

De cursus wordt afgesloten met een eindtoets. U slaagt voor de eindtoets als u minimaal 6 van de 10 vragen juist hebt beantwoord. U kunt tweemaal herkansen.

■ *Over de docent*

Mr. Nathalja Doing is advocaat sinds 2013 met een focus op technologie, data en privacy. Zij werkt sinds 2015 bij Baker McKenzie te Amsterdam. In haar dagelijkse praktijk adviseert Nathalja met name internationale cliënten over diverse aspecten van het internet- en privacyrecht, waaronder vraagstukken met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens, regulering en bescherming van online content, digitale media, reclamerecht en e-commerce. Nathalja heeft in 2017 de Grotius specialisatieopleiding Informatierecht met succes afgerond. Daarnaast is zij lid van de Vereniging Privacy Recht (VPR), de Vereniging voor Reclamerecht (VvRr) en de Nederlandse Vereniging voor Informatietechnologie & Recht (NVvIR).

■ *Woord van dank*

Een bijzonder woord van dank gaat uit naar de personen die aan deze versie en voorgaande versies van de cursus (voorheen: Internetrecht voor de civiele praktijk) hebben meegewerkt, waaronder Wouter Seinen en Puck Hurkens.

Om voor uzelf te bepalen wat uw kennisniveau is van dit onderwerp, kunt u vrijblijvend de pretoets maken. De resultaten van de pretoets tellen niet mee voor uw eindscore.

- 1 Moet een consumentenkoopovereenkomst worden ondertekend om rechtsgeldig te zijn?
 - A Ja, een overeenkomst moet altijd worden ondertekend door beide partijen om rechtsgeldig te zijn.
 - B Ja, een overeenkomst moet ten minste door een van de partijen worden ondertekend om rechtsgeldig te zijn.
 - C Ja, een overeenkomst moet worden ondertekend met een handgeschreven handtekening of een digitale handtekening om rechtsgeldig te zijn.
 - D Nee, consumentenkoopovereenkomsten komen vormvrij tot stand.

- 2 Welke informatie moet een dienst van de informatiemaatschappij altijd verstrekken?
 - A De naam van de onderneming.
 - B Het geografische adres waar de onderneming gevestigd is.
 - C De contactinformatie van de onderneming.
 - D Alle hierboven genoemde informatie.

- 3 Welke informatie moet een webwinkel altijd verstrekken?
 - A De voornaamste kenmerken van het product dat online wordt aangeboden.
 - B De totale prijs van het product, met inbegrip van alle belastingen en kosten.
 - C De informatie over de levering van een product.
 - D Alle hierboven genoemde informatie.

- 4 Wanneer een consument algemene voorwaarden heeft geaccepteerd, kan deze zich later dan alsnog beroepen op de onredelijkheid van die voorwaarden?
 - A Ja, altijd.
 - B Nee, de consument moet bezwaar maken tegen de bedingen voordat hij/zij de voorwaarden accepteert.
 - C Ja, maar alleen op de bedingen in de zwarte lijst.
 - D Ja, maar alleen op de bedingen in de grijze lijst.

- 5 Wat is de standaard bedenktijd voor online gesloten consumentenovereenkomsten?
- A 30 dagen na levering van het product.
 - B 14 dagen na levering van het product.
 - C 30 dagen na besteldatum.
 - D 14 dagen na besteldatum.
- 6 De Nederlandse Reclame Code is:
- A een gedragscode (zelfregulering).
 - B een wet in formele zin.
 - C een algemene maatregel van bestuur.
 - D een ministeriële regeling.
- 7 Mogen ondernemingen consumenten ongevraagd bellen met aanbiedingen?
- A Ja, ondernemingen mogen consumenten altijd ongevraagd bellen met aanbiedingen.
 - B Ja, tenzij de consument in het Bel-me-niet-register is opgenomen.
 - C Nee, ondernemingen moeten altijd voorafgaande toestemming hebben voordat ze consumenten mogen bellen met aanbiedingen.
 - D Nee, ondernemingen moeten voorafgaande toestemming hebben voordat ze consumenten mogen bellen met aanbiedingen, behoudens uitzonderingen.
- 8 Met welke toezichthouder kan een ondernemer te maken krijgen wanneer de ondernemer zich niet houdt aan regels omtrent telemarketing?
- A Agentschap Telecom
 - B ACM
 - C AP
 - D OPTA
- 9 Voor welke soorten cookies is voorafgaande toestemming nodig?
- A Voor alle soorten cookies is voorafgaande toestemming nodig.
 - B Toestemming voor cookies is nooit vereist, maar wordt wel aangeraden op basis van de AVG.
 - C Toestemming is niet vereist voor functionele cookies en analytische cookies met beperkte privacy-impact. Voor andere soorten cookies is toestemming vereist.
 - D Toestemming is niet vereist voor functionele cookies, analytische cookies met beperkte privacy-impact en tracking cookies. Voor andere soorten cookies is toestemming vereist.

10 Welk van de onderstaande gegevens is geen persoonsgegeven?

- A Zakelijk e-mailadres van een werknemer
- B KvK-inschrijvingsnummer van een besloten vennootschap
- C BSN
- D Personeelsnummer



CASUS 1

De Vries Meubels

De Vries Meubels is een familiebedrijf dat diverse meubels verkoopt vanuit een fysieke showroom in Haarlem. Om een groter publiek te bereiken, heeft De Vries Meubels een 'digitale showroom' op de website opgenomen, een sfeerimpressie van de showroom in Haarlem met gedetailleerde productfoto's van diverse meubels in het assortiment en de bijbehorende vanaf-prijzen.

De website wordt goed bezocht. Op enig moment ontvangt De Vries Meubels via het algemene informatie-e-mailadres een e-mail van mevrouw Halsema met het bericht dat zij geïnteresseerd is in een ronde eikenhouten eettafel met zwart metalen onderstel, en zij verzoekt De Vries Meubels de betreffende tafel voor haar te reserveren, zodat ze de tafel in het weekend kan komen bekijken in de showroom.

De Vries Meubels ziet de e-mail van mevrouw Halsema over het hoofd, en verkoopt de tafel vlak voor het weekend aan meneer Pruim. Wanneer mevrouw Halsema op zaterdagmiddag de showroom in Haarlem bezoekt en hoort dat de ronde eikenhouten eettafel met zwart metalen onderstel is verkocht, is zij ziedend. Ze verwijt De Vries Meubels dat háár eettafel is verkocht, zij had de eettafel immers eerder per e-mail gereserveerd en De Vries Meubels had de eettafel dus niet aan meneer Pruim mogen verkopen.

- a Heeft mevrouw Halsema gelijk?

- b Zou uw antwoord op de vorige vraag anders luiden wanneer De Vries Meubels op de e-mail van mevrouw Halsema zou hebben gereageerd met de toezegging de eettafel voor haar vast zou houden?

De wetgever heeft bij de implementatie van de e-Commerce Richtlijn¹ en de Richtlijn Consumentenrechten² (en diens voorgangers) voor ogen gehad dat wat offline geldt ook online moet gelden. Net als in het gewone rechtsverkeer moet het dus mogelijk zijn om online een overeenkomst aan te gaan.

De Europese regels doen niet af aan het nationaalrechtelijke regime omtrent de totstandkoming van de overeenkomst. Een online overeenkomst komt daarom gewoon door aanbod en aanvaarding tot stand (art. 6:217 BW), volgens de normale regels van het contractenrecht. Daarbij geldt dat de inhoud van de rechtsverhouding dient te worden bepaald aan de hand van de wilsvertrouwensleer (art. 3:33 en 3:35 BW). Dit betekent dat of in een concreet geval een verkoopadvertentie als aanbod dan wel als uitnodiging om in onderhandeling te treden moet worden beschouwd, afhangt van de omstandigheden van het geval.

Hierop geldt in het digitale rechtsverkeer wel een belangrijke aanvulling die te vinden is in art. 6:227c BW. Op grond van art. 6:227c, tweede lid, BW geldt dat, indien de wederpartij van een dienstverlener langs elektronische weg een verklaring uitbrengt die door de dienstverlener mag worden opgevat als een aanvaarding van een door hem langs elektronische weg gedaan aanbod of als een aanbod naar aanleiding van een door hem langs elektronische weg gedane uitnodiging om in onderhandeling te treden, de dienstverlener zo spoedig mogelijk langs elektronische weg de ontvangst van deze verklaring dient te bevestigen. Zolang de ontvangst van een aanvaarding niet is bevestigd, kan de wederpartij de overeenkomst ontbinden. Het niet tijdig bevestigen van de ontvangst van een aanbod geldt als verwerping daarvan.

Let op, dit geldt niet voor overeenkomsten die **uitsluitend** door middel van de uitwisseling van elektronische post of een soortgelijke vorm van individuele communicatie tot stand zijn gekomen. Indien bijvoorbeeld een koper en een verkoper per e-mail, via WhatsApp of in een andere elektronische vorm van één-op-één-communicatie afspraken maken, geldt de extra bevestigingsplicht niet (art. 6:227c, vierde lid, BW).

Overigens kan van dit art. 6:227c BW worden afgeweken tussen partijen die handelen in de uitoefening van een beroep of bedrijf, maar niet ten overstaan van consumenten; alleen voor consumenten is het dus een bepaling van dwingend recht.