



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Overeenkomsten tot levering van digitale inhoud

Loos, M.B.M.

Published in:
Nederlands Tijdschrift voor Burgerlijk Recht

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Loos, M. B. M. (2011). Overeenkomsten tot levering van digitale inhoud. *Nederlands Tijdschrift voor Burgerlijk Recht*, 28(10), 591-594. [81].

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

UvA-DARE is a service provided by the library of the University of Amsterdam (<http://dare.uva.nl>)

Nederlands Tijdschrift voor Burgerlijk Recht, Overeenkomsten tot levering van digitale inhoud

[Klik hier om het document te openen in een browser venster](#)

Vindplaats:	NTBR 2011/81	Bijgewerkt tot:	18-12-2011
Auteur:	M.B.M. Loos ^[2]		

Overeenkomsten tot levering van digitale inhoud^[1]

Samenvatting

Consumenten én professionals maken in steeds grotere mate gebruik van digitale inhoud, die vaak via internet of smartphone geleverd wordt. Onduidelijk is vaak hoe de overeenkomst op basis waarvan de digitale inhoud geleverd wordt, moet worden gekwalificeerd. In deze bijdrage wordt ervoor gepleit om specifieke regels in het kooprecht op te nemen voor dergelijke overeenkomsten en daarmee ons vermogensrecht eindelijk de 21e eeuw in te voeren.

1. Inleiding

In de afgelopen 10-15 jaar heeft de consumptie van digitale inhoud (*digital content*) door consumenten van alle leeftijden en door professionals een grote vlucht genomen. Steeds meer mensen beschikken over smartphones met mobiel internet, het is mogelijk om door middel van streaming online films of televisie te kijken of radio te luisteren, en muziekfiles, apps en ringtones kunnen worden gedownload. Het gebruik van digitale inhoud, en het sluiten van overeenkomsten daarover, behoort inmiddels voor veel consumenten tot de normaalste zaken van de wereld. Professionals als juristen ruilen hun abonnementen op reeksen van stoffelijke handboeken en tijdschriften steeds meer in voor digitale versies daarvan, die via virtuele bibliotheken zo nodig ook thuis of op het vakantieadres geraadpleegd kunnen worden. En er worden kapitalen verdiend met het uitbrengen van online games, die tegen betaling of tegen het moeten gedogen van betaalde advertenties worden gespeeld door kinderen van 5 tot 80 jaar. Kortom: de virtuele wereld en de fysieke wereld zijn volkomen met elkaar vermengd geraakt.

De regelgeving heeft geen gelijke tred kunnen houden. In veel Europese lidstaten is de juridische kwalificatie van 'digitale inhoud' en 'overeenkomsten tot levering van digitale inhoud' onduidelijk en omstreden, hetgeen doorwerkt in de toepassing van regels over de bedenktijd bij op afstand gesloten overeenkomsten, bij de toepassing van de materieelrechtelijke regels bij gestelde tekortkomingen en bij de vraag welke remedies van toepassing zijn. In deze bijdrage betoog ik dat (afgezien van bijzondere onderwerpen als de informatieplicht en de bedenktijd) het kooprecht in beginsel geschikt is om toegepast te worden op overeenkomsten tot levering van digitale inhoud. In par. 2 ga ik in op het belang van de kwalificatie naar geldend recht, waarna ik in par. 3 inga op de toepassing van de conformiteitsnorm (3.1) en op de toepassing van het kooprecht op de levering van 'gratis' digitale inhoud (3.2). Ik sluit af met enkele korte opmerkingen.

2. Kwalificatie van digitale inhoud en belang daarvan: zaak of dienst?

Uit een rechtsvergelijkend onderzoek dat ik samen met collega's uit Amsterdam in opdracht van de Europese Commissie heb uitgevoerd,^[3] wordt duidelijk dat in veel lidstaten grote rechtsonzekerheid bestaat over de vraag of overeenkomsten voor de levering van digitale inhoud moeten worden aangemerkt als overeenkomsten tot levering van een zaak dan wel als overeenkomsten tot levering van diensten.^[4] Deze rechtsonzekerheid leidt tot problemen in de rechtspraktijk omdat de kwalificatie van digitale inhoud als zaak of dienst veelal beslissend is voor het antwoord op vragen of en zo ja: welke informatieverplichtingen van toepassing zijn, of de leverancier van de digitale inhoud aansprakelijk kan worden gehouden voor verborgen gebreken of non-conformiteit, welke remedies beschikbaar zijn bij welke gebreken, of een afnemer die consument is recht heeft op een bedenktijd, etc. Waar intuïtief wel

onderscheid tussen zaken en diensten kan worden gemaakt bij de levering van een film op een DVD tegenover de levering van dezelfde film door middel van streaming over het internet, is dat veel moeilijker bij een reeks van producten die noch echt een zaak, noch echt een dienst zijn. Hoe zou bijv. een online te spelen game moeten worden gekwalificeerd dat bestaat uit een op een CD geleverde en op de eigen computer te installeren installatiesoftware om het spel te activeren, gecombineerd met de persoonlijke account van de speler die op de server van de aanbieder staat en niet op de eigen computer kan worden gedownload, met een maandelijks abonnement erbij? Computerapplicaties, zoals de nieuwste versies van bijvoorbeeld Word, kunnen op DVD worden geleverd, maar vergen veelal een constante verbinding met het internet om optimaal (of zelfs enigszins) te kunnen worden gebruikt. Het ligt voor de hand dat het onderscheid tussen zaken en diensten met de opkomst van cloud computing — waarbij de digitale inhoud niet meer wordt bewaard op de eigen computer van de gebruiker maar op een server van de handelaar en waarbij de gebruiker slechts toegang wordt verschaft tot een gepersonaliseerde account nog verder zal verwateren en daarmee nog problematischer zal worden.

Waar zaken en diensten steeds meer met elkaar verweven raken, is het mijns inziens niet (langer) afdoende om de kwalificatie van de overeenkomst tot levering van digitale inhoud als koopovereenkomst af te doen ketsen op de traditionele, maar inmiddels arbitrair geworden grond dat bij een koopovereenkomst de verkoper zich verbindt 'een zaak' te leveren (art. 7:1 BW). Dat deze eis als achterhaald kan worden beschouwd, blijkt ook al uit het feit dat een koop volgens art. 7:47 BW ook betrekking kan hebben op een vermogensrecht. Kennelijk is het onstoffelijke karakter van het voorwerp van de overeenkomst geen reden om het kooprecht *niet* toe te passen.

3.Toepassing van het kooprecht

Hoewel lidstaten worstelen met de kwalificatie van overeenkomsten tot levering van digitale inhoud, wordt in de meeste rechtsstelsels bij kwaliteitsproblemen 'gewoon' de conformiteitsnorm toegepast, zoals bij ons voor de koop van 'gewone' zaken gecodificeerd in art. 7:17 BW.^[5] Die norm lijkt flexibel genoeg om rekening te houden met de verschillen tussen de verschillende soorten overeenkomsten tot levering van digitale inhoud, zoals zij ook flexibel genoeg is om te worden toegepast op uiteenlopende zaken als auto's, meubels, speelgoed en levensmiddelen. Mijns inziens zou op dergelijke overeenkomsten dan ook het kooprecht toegepast moeten worden, zij het dat deze regeling op een aantal punten — met name ten aanzien van de informatieverplichtingen en de regeling van de bedenktijd — moet worden aangepast aan de bijzondere aard van het voorwerp van de overeenkomst. Die aanpassing is inmiddels al in aantocht: met de recente aanvaarding van de Richtlijn consumentenrechten door de Raad van Ministers zal binnen afzienbare termijn op deze punten een afzonderlijke regeling gelden.^[6] In deze bijdrage beperk ik mij daarom tot enkele opmerkingen over non-conformiteit van de digitale inhoud (3.1) en de levering van 'gratis' digitale inhoud (3.2). Wegens ruimtegebrek zal ik niet ingaan op de beschikbare remedies bij non-conformiteit en evenmin op de noodzaak tot bescherming van handelingsonbekwame minderjarigen, met name in grensoverschrijdende gevallen.^[7]

3.1. Non-conformiteit

Zoals hierboven aangegeven wordt in de meeste rechtsstelsels voor de beoordeling van de prestatie van de leverancier van de digitale inhoud 'gewoon' de conformiteitsnorm toegepast. Kernprobleem bij de levering van digitale inhoud is dan ook niet de conformiteitsnorm zelf, maar wanneer de geleverde digitale inhoud niet aan de legitieme verwachtingen van de consument beantwoordt. Daarbij geldt dat in deze op de consument de bewijslast rust. De bewijslast voor de consument en de beoordeling door de rechter of de consument aan die bewijslast heeft voldaan, wordt normaal gesproken vereenvoudigd door de regel dat de digitale inhoud geschikt moet zijn voor het normale gebruik daarvan. Anders dan bij 'gewone' zaken is het vaak onzeker *wat* de consument redelijkerwijs mag verwachten van de digitale inhoud.^[8] De verwijzing naar het 'normale gebruik' verwijst naar een standaard waartegen het gebruik dat deze consument wil maken van de gekochte zaak wordt gemeten. Het probleem voor overeenkomsten tot levering van digitale inhoud is dat een dergelijk niveau vaak (nog) niet bestaat. Dit heeft verschillende oorzaken: digitale inhoud is een relatief nieuw verschijnsel, er zijn zeer verschillende soorten van digitale inhoud met een hoog niveau van productdifferentiatie, de snelle technologische ontwikkeling van zowel de digitale producten zelf als de apparaten waarop deze kunnen worden

gebruikt en de verschillende voorwaarden waaronder digitale inhoud wordt aangeboden. Bij gebreke aan een duidelijke standaard worden de legitieme verwachtingen van de consument in de praktijk voor een groot deel beïnvloed door uitingen van de kant van de industrie. Stellingen van die zijde dat een bepaald gebruik van de digitale inhoud niet of slechts in beperkte mate mogelijk is, — of die mededelingen nu gedreven worden door beperkingen van technische aard of door zakelijke belangen — verworden daarmee bijna tot een *self-fulfilling prophecy*. In dit opzicht is de conformiteitsnorm niet vrij van manipulatie door de handelaar.^[9]

In de praktijk kan onderscheid worden gemaakt tussen drie (elkaar deels overlappende) soorten conformiteitsproblemen: problemen met betrekking tot toegankelijkheid, functionaliteit en compatibiliteit, kwaliteitsproblemen en veiligheidsgebreken. De eerste categorie problemen komen in de praktijk het vaakst voor.^[10] Toegankelijkheidsproblemen kunnen het gevolg zijn van het gebruik van technische beveiligingsmaatregelen (TPMs, technical protection measures) en Digital Rights Management, door de incompatibiliteit van formats (digitale inhoud bestemd voor een X-box van Microsoft kan niet worden gebruikt op de Playstation van Sony), en door gebruiksbependingen door het gebruik van regiocodes in DVD's en Blu-ray-discs en -spelers. Veel van deze problemen kunnen worden voorkomen door een goede informatievoorziening, maar hieraan is het zojuist geschetste probleem van de *self-fulfilling prophecy* verbonden. De ruimte ontbreekt hier om op alle conformiteitsproblemen in te gaan. Ik licht hier twee voorbeelden kort uit: het 'recht' om een privé-kopie te maken, en de gevolgen van de snelle technologische ontwikkeling van digitale producten en de apparaten waarop deze kunnen worden gebruikt. Door middel van beveiligingsmaatregelen en gebruiksbependingen kan het maken van kopieën voor privé-gebruik worden verhinderd of bemoeilijkt. Empirisch onderzoek toont aan dat consumenten in het algemeen verwachten dergelijke privé-kopieën te kunnen maken.^[11] Die verwachting berust echter niet op een stevige juridische basis.^[12] Art. 5 van de Richtlijn informatiemaatschappij uit 2001^[13] bepaalt dat lidstaten de mogelijkheid om een of meer kopieën voor privé-gebruik *kunnen* opnemen in hun wetgeving, maar een algemeen *recht* om kopieën voor privé-gebruik te kunnen maken bestaat in geen enkel Europees land. Bovendien kan daar waar de uitzondering voor privé-gebruik wel in nationale wetgeving is opgenomen en de auteursrechthebbende een billijke compensatie voor dat gebruik ontvangen, dat recht niet worden afgedwongen voor zover de auteursrechtelijk beschermde werken *on demand* worden aangeboden en de consument heeft ingestemd met de contractuele voorwaarden voor de levering daarvan.^[14] Het is echter onduidelijk of de aanvaarding van algemene voorwaarden door de consument in een *click-wrap*- of *browse-wrap*-licentie volstaat voor het verlies van het recht.^[15] Waar de auteursrechthebbende gebruikmaakt van een technische beschermingsmaatregel waarmee in ieder geval een aantal privé-kopieën kan worden gemaakt, is het eventuele recht op privé-kopieën bovendien met het maken van die enkele kopieën ook uitgeput.^[16] Voor zover een dergelijk recht bestaat, kan het dus gemakkelijk worden ondermijnd door de auteursrechthebbende. Er bestaat op dit punt dan ook een groot verschil tussen de verwachtingen van consumenten en legitimiteit daarvan.

Onduidelijk is het antwoord op de vraag of digitale inhoud kan worden beschouwd als non-conform ingeval de digitale inhoud geschikt was voor gebruik op het moment van levering, maar snel verouderd is door technologische ontwikkelingen. Het uitgangspunt moet uiteraard zijn dat de digitale inhoud moet kunnen worden gebruikt met een besturingssysteem en software die als normaal of gebruikelijk kunnen worden beschouwd op het moment van contractsluiting. Wat de consument in dit opzicht redelijkerwijs mag verwachten, verschilt van tijd tot tijd. Een consument mag tegenwoordig niet meer verwachten dat nu gekochte software ook kan worden gebruikt op een computer die gebruikmaakt van MS-DOS als besturingssysteem. Evenmin mag hij verwachten dat de software kan worden gebruikt op een computer die gebruikmaakt van een besturingssysteem dat nog niet algemeen beschikbaar is op de markt, tenzij de handelaar de indruk heeft gewekt dat de software daar wel geschikt voor is. Het enkele feit echter dat een handelaar de consument voorafgaand aan de sluiting van de overeenkomst meldt dat de digitale inhoud niet volledig op compatibiliteit met bestaande hardware is getest, ontslaat de handelaar echter niet van alle aansprakelijkheid. Als dat anders zou zijn, zou dat betekenen dat de handelaar met die enkele mededeling

aan aansprakelijkheid zou kunnen ontsnappen, zelfs in gevallen waar de consument redelijkerwijs zou kunnen verwachten dat de digitale inhoud wel goed zou functioneren op de hardware waarvoor zij bestemd is.^[17] Dat zou een premie vormen op het nalaten van een deugdelijk onderzoek naar de goede werking van de digitale inhoud.

Een verwante vraag is hoe lang de digitale inhoud geschikt moet *blijven* voor 'normaal gebruik'. In de praktijk worden consumenten vaak in staat gesteld om bijv. software en apps te updaten teneinde ervoor te zorgen dat de consument gebruik kan blijven maken gebruik van de gekochte digitale inhoud. Ook wanneer geen uitdrukkelijk afspraken zijn gemaakt over het verzorgen van updates (al dan niet tegen bijbetaling) kan worden betoogd dat de consument in ieder geval gedurende een redelijke periode gebruik moet kunnen maken van de digitale inhoud. Wanneer de digitale inhoud normaal gesproken gedurende een bepaalde periode moet kunnen worden gebruikt en dat gebruik gedurende deze periode niet langer mogelijk blijkt te zijn, kan dit mijns inziens als non-conformiteit van de digitale inhoud worden aangemerkt.^[18] Aan de andere kant kan de consument in redelijkheid niet verwachten dat dergelijke updates voor onbeperkte tijd beschikbaar blijven, zelfs niet tegen betaling, omdat vanaf een bepaald moment het commercieel onhaalbaar zal zijn om dergelijke updates te verzorgen als het digitale product zelf achterhaald is. In veel gevallen zijn het echter niet zozeer de technologische ontwikkelingen van de hardware of van andere software, maar externe factoren die leiden tot de veroudering van de digitale inhoud. Goede voorbeelden zijn digitale routekaarten en anti-virus programma's: als deze niet regelmatig worden bijgewerkt, zijn zij na verloop van tijd onbruikbaar geworden. Gewoonlijk worden dergelijke producten geleverd met 'gratis' updates gedurende een bepaalde periode. Wanneer dergelijke updates niet worden geleverd, levert dat natuurlijk wanprestatie op.^[19]

3.2. Overeenkomsten tot levering van digitale inhoud zonder prijs in geld

Toepassing van het kooprecht op overeenkomsten tot levering van digitale inhoud lijkt problematisch waar het gaat om overeenkomsten tot levering van digitale inhoud zonder dat daar een betaling tegenover staat. Koopovereenkomsten zijn volgens art. 7:1 BW immers overeenkomsten waarbij de koper zich verbindt 'een prijs in geld te betalen'. Dat uitgangspunt wordt echter al ondergraven door de bepaling van art. 7:49 en 7:50 BW, op grond waarvan de betaling ook in natura (door het afgeven van een andere zaak) kan plaatsvinden. Ik zie niet in waarom dat bij overeenkomsten tot levering van digitale inhoud om niet ('gratis') anders zou moeten zijn. Op de levering van dergelijke digitale inhoud is het bekende spreekwoord 'voor niets gaat de zon op' van toepassing: de levering van digitale inhoud vindt in werkelijkheid niet 'voor niets' plaats. Weliswaar wordt geen geld betaald voor de levering, maar de meeste specialisten op het gebied van het internet gaan ervan uit dat de nieuwe eenheid van betaling op het internet bestaat uit (de handel in) persoonlijke gegevens.^[20] In ruil voor de levering van digitale inhoud verzamelen bedrijven, expliciet via registratieformulieren of stiekem via cookies, de persoonlijke gegevens van hun klanten. Op basis van de aldus verkregen informatie bieden bedrijven gepersonaliseerde reclame aan, waarmee zij winst maken. De persoonlijke informatie die wordt verschaft in ruil voor dergelijke 'gratis' digitale inhoud vertegenwoordigt dus in werkelijkheid een geldelijke waarde, en de betaling heeft alleen op een andere dan de gebruikelijke wijze plaatsgevonden. Bovendien maken veel business modellen, bijvoorbeeld bij apps, gebruik van een combinatie van een gratis product met reclame en, tegen betaling van een klein bedrag in geld, een reclamevrije of aangeklede versie van dezelfde digitale inhoud. Het lijkt weinig zinvol om de 'gratis' geleverde digitale inhoud op basis van andere maatstaven te beoordelen dan de levering van in geld betaalde digitale inhoud. Dat laat onverlet dat bij de invulling van de conformiteitsnorm wel rekening kan worden gehouden met het feit dat geen geld is betaald. Dat is echter niet echt iets nieuws: bij de invulling van de norm wordt altijd al rekening gehouden met de hoogte van de prijs, omdat die de verwachtingen die de koper van de zaak mag hebben, beïnvloed.

4. Conclusie

Op overeenkomsten tot levering van digitale inhoud kan het kooprecht zonder al te veel problemen worden toegepast. Natuurlijk moeten er op sommige punten aanpassingen plaatsvinden. De Richtlijn consumentenrechten kent al regels ten aanzien van informatieverplichtingen en bedenktijd. Voor de toepassing van het kooprecht zal ook

niet al te krampachtig moeten worden omgegaan met begrippen als 'zaak', 'prijs in geld', en zullen begrippen als 'levering' en 'risico-overgang' anders moeten worden geïnterpreteerd om toegepast te kunnen worden op digitale producten. Dat neemt echter niet weg dat een duidelijk juridisch kader voor overeenkomsten tot levering van digitale inhoud wenselijk is, ook ter bevordering van de ontwikkeling van de (grensoverschrijdende) markt in deze producten.

Een vraag die nog open staat, is of die erkenning door de Nederlandse wetgever zou moeten gebeuren, of in Europees verband. Dat laatste heeft nadrukkelijk mijn voorkeur, maar ik zie niet waarom we daarop zouden moeten wachten. De Europese wetgever lijkt zijn kaarten voorlopig te zetten op een alternatief systeem van kooprecht: het voorstel voor een optioneel instrument voor contractenrecht, dat in eerdere bijdragen in deze serie is genoemd, is inmiddels ingediend onder de titel Gemeenschappelijk Europees Kooprecht.^[21] Het voorstel bevat een uitgebreide regeling voor overeenkomsten tot levering van digitale inhoud en is ook van toepassing op digitale inhoud die niet in ruil voor de betaling van een prijs in geld wordt geleverd.^[22] Het voorstel is zonder meer een stap in de juiste richting. Het nadeel is dat de regeling alleen van toepassing zal zijn indien partijen hiervoor kiezen in grensoverschrijdende gevallen.^[23] Voor zuiver binnenlandse overeenkomsten en voor grensoverschrijdende overeenkomsten waarin niet gekozen wordt voor het Gemeenschappelijke Europese Kooprecht maar wel Nederlands recht op de overeenkomst van toepassing is, biedt dit geen uitkomst. De Nederlandse wetgever lijkt dus aan zet om ons privaatrecht op dit terrein eindelijk klaar te stomen voor de 21^e eeuw.

Voetnoten

Voetnoten

- [1] Deze rubriek beter burgerlijk recht is opgezet ter viering van het vijftienvigjarig jubileum van de Vereniging voor Burgerlijk Recht en staat onder redactie van Anne Keirse, Siewert Lindenbergh, Marco Loos en Albert Verheij. Zie voor meer informatie *NTBR* 2011/4, p. 24, alsook www.verenigingvoorburgerlijkrecht.nl.
- [2] Prof. mr. Marco Loos is hoogleraar Privaatrecht, in het bijzonder Europees consumentenrecht en verbonden aan het Centre for the Study of European Contract Law (CSECL) van de Universiteit van Amsterdam.
- [3] M.B.M. Loos e.a., *Comparative analysis, Law & Economics analysis, assessment and development of recommendations for possible future rules on digital content contracts*, Amsterdam: University of Amsterdam (CSECL, IvIR and ACLE), 2011, report prepared for the European Commission (nog niet gepubliceerd).
- [4] Zie ook M. Schmidt-Kessel e.a., 'Should the Consumer Rights Directive apply to digital content?', *Zeitschrift für Gemeinschaftsprivatrecht* 2011/1, p. 10.
- [5] M.B.M. Loos, 'Consumentenbescherming en het Optionele Instrument van contractenrecht', *Maandblad voor Vermogensrecht* 2011/7-8, p. 197. Zie ook Schmidt-Kessel e.a. 2011, p. 10-13, met verwijzingen naar Oostenrijks, Frans en Duits recht.
- [6] De concept-tekst van de richtlijn kan worden gedownload via <http://register.consilium.europa.eu/pdf/en/11/pe00/pe00026.en11.pdf> (laatstelijk gecontroleerd op 28 oktober 2011). Bij de afronding van deze bijdrage was de verwachting dat de richtlijn tegen het einde van 2011 of in het begin van 2012 zou worden gepubliceerd in het *Publicatieblad*. Lidstaten hebben vanaf dat moment nog 2 jaar om de richtlijn om te zetten in nationale wetgeving, zie art. 28 van de richtlijn.
- [7] Zie over dit laatste ook M.B.M. Loos, 'Scope and application of the Optional Instrument', in: D. Voinot & J. Sénéchal, *Vers un droit européen des contrats spéciaux /Towards a European Law of Specific Contracts*, 2011 (nog te verschijnen).
- [8] Vgl. P. Rott, 'Download of Copyright-Protected Internet Content and the Role of (Consumer) Contract Law', *Journal of Consumer Policy* 2008/4, p. 450.
- [9] Schmidt-Kessel e.a. 2011, p. 13, merken op zich terecht op dat dit een algemeen met de conformiteitsnorm verbonden probleem is.
- [10] Europe Economics, *Digital content services for consumers: assessment of problems experienced by consumers (Lot 1), Report 4: Final Report*, London: 2011, p. 74-75.
- [11] Vgl. N. Dufft e.a., INDICARE, *Digital Music Usage and DRM, Results from a European Consumer*

- Survey 26-28(2005)*, online beschikbaar via www.indicare.org/tiki-download_file.php?fileId=110 (laatstelijk bezocht op 28 oktober 2011) en N. Dufft e.a., INDICARE, *Digital Video Usage and DRM, Results from a European Consumer Survey 26-28 (2006)*, online beschikbaar via www.indicare.org/tiki-download_file.php?fileId=170 (laatstelijk bezocht op 28 oktober 2011).
- [12] N. Helberger and P.B. Hugenholtz, 'No place like home for making a copy: private copying in European copyright law and consumer law', *Berkeley Technology Law Journal*, 2007/3, p. 1062.
- [13] Richtlijn 2001/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 mei 2001 betreffende de harmonisatie van bepaalde aspecten van het auteursrecht en de naburige rechten in de informatiemaatschappij, *PbEG* 2001, L 167/10.
- [14] Zie art. 6 lid 4, vierde bepaling, van de richtlijn.
- [15] Zie Helberger/Hugenholtz 2007, p. 1077; L. Guibault e.a., *Study on the implementation and effect in Member States' laws of directive 2001/29/EC on the harmonization of certain aspects of copyright and related rights in the information society*, 2007, p. 112, beschikbaar online via www.ivir.nl/publications/guibault/Infosoc_report_2007.pdf (laatstelijk bezocht op 28 oktober 2011).
- [16] Zie art. 6 lid 4, derde bepaling, van de richtlijn.
- [17] Zo ook Rott 2008, p. 446.
- [18] Rott 2008, p. 446
- [19] Mijns inziens moet de wanprestatie dan worden gekwalificeerd als non-conformiteit, maar daar kan — met name in landen als Duitsland — wel anders over gedacht worden.
- [20] Zie bijv. de toenmalige Europese Commissaris voor Consumentenbescherming M. Kuneva, keynote speech bij de Roundtable on Online Data collection, targeting and profiling, Brussel, 31 maart 2009, Speech/09/156, p. 2, online beschikbaar via <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=SPEECH/09/156> (laatstelijk bezocht op 28 oktober 2011).
- [21] Proposal for a Regulation of the European Parliament and of the Council on a Common European Sales Law, COM(2011)635 final, voorstel van 11 oktober 2011.
- [22] Zie overweging 18 in de preambule en art. 5 onder b van het voorstel.
- [23] Zie art. 3 van het voorstel.