

Wehkamp B.V.  
Meeuwenlaan 2, 8011 BZ Zwolle  
Postbus 400, 8000 AK Zwolle

KVK 27109571  
NL74INGB0691765731  
NL65INGB0000828200



**MINISTERIE VAN ECONOMISCHE ZAKEN EN KLIMAAT**

t.a.v. de staatssecretaris mw. M. Keizer  
Postbus 20401  
2500 EK Den Haag

DATUM

26 augustus 2020

en

**MINISTERIE VAN JUSTITIE EN VEILIGHEID**

t.a.v. de minister, dhr. F. Grapperhaus  
Postbus 20301  
2500 EH Den Haag

**ONDERWERP**

Wetsvoorstel verlenging minimale geldigheidsduur cadeaubonnen

Geachte bestuurders,

Wehkamp onderschrijft het belang van verlenging van de geldigheidsduur van alle cadeaubonnen tot minimaal twee jaar. De cadeaubonnen die het wetsvoorstel bedoelt (voor ons Wehkamp-cadeaukaarten) kennen bij ons al een geldigheidsduur van twee jaar na uitgiftedatum. Op dat vlak verandert er daarom voor ons niet zoveel.

Wel heeft het wetsvoorstel door een onduidelijke afbakening op een aantal punten onbedoelde effecten, waarop Wehkamp graag uw aandacht vestigt.

**Definitie cadeaubon**

Het wetsvoorstel zelf geeft in het geheel geen afbakening van het begrip 'cadeaubon'. In de MvT wordt daarover geschreven: *"Dit is een algemeen gangbaar begrip dat geen wettelijke definitie behoeft."* En verderop in die alinea: *"Bepalend voor de beoordeling of sprake is van een cadeaubon is de vraag of hij naar zijn aard bestemd is om als geschenk te dienen."*

Naar de mening van Wehkamp zou echter van het begrip 'cadeaubon' moeten worden uitgezonderd de cadeaubonnen, kortingscodes en/of andere vouchers die niemand heeft aangeschaft en waarvoor aldus nimmer betaald is.

Het gaat om cadeaubonnen die door de uitgever zelf gratis worden weggeven voor marketingdoeleinden en/of klantenbinding. Een voorbeeld is een cadeaubon die de klantenservice uit coulance verstrekt aan een klant naar aanleiding van een klacht. Nog een voorbeeld is een cadeaubon die gratis wordt verstrekt aan een specifieke groep of bij een specifieke gelegenheid. Denk bijvoorbeeld aan een cadeaubon voor zwangere vrouwen als onderdeel van de 'Blijje Doos' of op een evenement als de Negenmaandenbeurs.

Bij Wehkamp (en bij andere retailers) worden deze vouchers op exact dezelfde manier aangemaakt als de cadeaukaartcodes die zich op de fysieke en verhandelbare Wehkamp-cadeaukaarten bevinden. Vanuit technisch oogpunt zouden deze daarom onder het begrip cadeaubon kunnen vallen, als de wet of ten minste de MvT daar niet explicieter een uitzondering voor opneemt.

Die uitzondering past ook goed in de doelstelling van de wet. Immers voor gratis cadeaubonnen is door niemand betaald, waardoor ook geen sprake is van het element dat nu juist bij veel consumenten ergernis wekt: de zogenoemde 'vrijval'. Er is bij dit type cadeaubonnen/vouchers geen sprake van een prestatie door de consument (waar geen prestatie meer tegenover staat van de ondernemer).

Het huidige bepalende criterium: *'dat de cadeaubon naar zijn aard bedoeld is om als geschenk te dienen'* waarborgt de gevraagde uitzondering onvoldoende. Wehkamp geeft dit type cadeaubonnen immers als geschenk aan haar (potentiële) klanten. Volgens een goed Nederlands gezegde mag men een gegeven paard niet in de bek kijken. Dat rechtvaardigt een vrijelijk te bepalen geldigheidsduur voor de 'gratis cadeaubon'.

Wehkamp verzoekt u daarom een expliciete uitzondering op te nemen voor cadeaubonnen, vouchers en/of kortingscodes waarvoor de uitgever geen prestatie heeft ontvangen.

### **Andere marketinginstrumenten**

Een tweede categorie ligt in het verlengde van de vorige. Dit betreft cadeaukaarten die consumenten ontvangen via een andere ondernemer dan de uitgever als klantenwerving of klantenbinding. Denk aan het ontvangen van een cadeaubon bij het afsluiten van een abonnement (op bijvoorbeeld een tijdschrift, sportschool of maaltijdbox) of bij het overstappen naar een andere energieleverancier.

Dit type bonnen is vaak enkel inwisselbaar op een (zeer) beperkt deel van het assortiment dat aansluit bij het type diensten dat de consument afneemt (bijvoorbeeld alleen op sportkleding bij het afsluiten van een abonnement bij een sportschool). Daarmee onderscheidt dit type zich van de fysieke/verhandelbare cadeaubon, die op het volledige assortiment inwisselbaar is.<sup>1</sup>

De abonnements- of contractsduur waarvoor de consument een verplichting aangaat is vaak korter dan de voorgestelde periode van twee jaar. Het zou naar de mening van Wehkamp niet logisch zijn dat een consument zijn abonnement bij de dienstverlener reeds heeft beëindigd, terwijl de daarvoor gegeven cadeaubon nog wel geldig blijft, omdat dit zou afdoen aan het doel van klantenwerving en – met name – klantenbinding.

Daarbij komt dat dit type cadeaubonnen vaak ontstaat uit een samenwerking tussen de uitgever van de cadeaubon en de betreffende dienstverlener van het abonnement of de energieleverancier. De uitgever van de cadeaubon krijgt wel iets, maar niet de volledige waarde van de cadeaubon vergoed van de dienstverlener. De consument zelf betaalt niets (net als hierboven bij de gratis cadeaubon) en wordt in die zin dus niet benadeeld door een kortere geldigheidsduur.

Wehkamp pleit er daarom voor om bij dit type cadeaubonnen de geldigheidsduur te laten aansluiten bij de duur van het abonnement waaraan de consument zich minimaal heeft gecommitteerd.

Wehkamp verzoekt u om daarvoor een expliciete uitzondering op te nemen.

### **Vermelding geldigheidsduur**

Terecht wordt er in de MvT vanuit gegaan dat een cadeaubon vele verschijningsvormen kent. De MvT zegt: *"Sommige cadeaubonnen zijn van papier, andere cadeaubonnen hebben de vorm van een pasje. Ook digitale cadeaubonnen komen voor, bijvoorbeeld in de vorm van e-coupons of cadeaubonnen waarvan het tegoed (alleen) digitaal te raadplegen is."*

De MvT vermeldt ook: *"Als op een cadeaubon zowel een uiterste geldigheidsduur als een uitgiftedatum ontbreekt, is de bon onbeperkt geldig, aangezien het in dat geval niet mogelijk is om het moment van aanvang van de verjaringstermijn te bepalen."*

---

<sup>1</sup> Enkele uitzonderingen daargelaten. Bij Wehkamp is een cadeaubon bijvoorbeeld niet inwisselbaar op een andere cadeaubon.

Het is van belang u te realiseren dat met name de cadeaubonnen in de vorm van een pasje in bulk geproduceerd worden, om vervolgens te worden verspreid over de verschillende verkooppunten en verkoopkanalen. Op de productiedatum kan nog niet worden voorspeld op welke datum de betreffende cadeaubon verkocht wordt (en een saldo daarop wordt 'geactiveerd') – hetgeen zou gelden als de 'uitgiftedatum'. Het is daarom onmogelijk om de exacte uitgiftedatum op het pasje zelf te vermelden.

Wel registreert het systeem op welke datum de betreffende cadeaubon geactiveerd is (d.w.z. er is een saldo opgeladen) en markeert deze datum als het begin van de tweejarige termijn. Elke houder/ontvanger van een cadeaubon kan vervolgens gebruik maken van de online 'saldochecker'. Bij invoering van de cadeauboncode vermeldt deze het huidige saldo en de uiterste geldigheidsdatum daarvan.

Om de consument de vereiste duidelijkheid te bieden, is het uiteraard daarnaast mogelijk een algemene geldigheidsduur op het pasje te vermelden, zoals: "*Deze cadeaubon is geldig tot twee jaar na de uitgiftedatum*".

Naar de mening van Wehkamp biedt voormelde werkwijze aan elke consument voldoende waarborg en duidelijkheid. Een vermelding van de uitgiftedatum OP de cadeaubon zelf is daarom niet nodig, als de uitgever zorgdraagt voor een vervangend systeem zoals of vergelijkbaar met het voormelde systeem.

Wehkamp verzoekt u dat in het wetsvoorstel of de MvT op te nemen.

#### **Afsluiting**

Voor zover er nog vragen zijn of behoefte bestaat aan een nadere toelichting van deze punten, is Wehkamp graag bereid die te geven.

Met vriendelijke groet,,



M.F. Admiraal  
Legal Counsel

L. Amroussi  
Lead Cadeaukaarten