

Bedrijfseconomie in Balans, 8^e druk, vwo, Hoofdstuk 27 Wetgeving, ethiek en cultuur Samenvatting d.d. 19-12-2019

27.1 Wetgeving en overig overheidsingrijpen

Een *consumentenkoop* is een overeenkomst tussen verkoper en koper waarbij de verkoper de plicht heeft een goed werkend (deugdelijk) product te leveren en de koper de prijs moet betalen. Als de koper en/of de verkoper zich niet aan de verplichtingen houdt of houden, is er sprake van *wanprestatie* en kan de andere partij verdere stappen ondernemen.

Webwinkels hebben meer regels:

- *Cookiewetgeving*: voor het plaatsen van een cookie (dat is een bestand dat door de computer van een websitebezoeker wordt gedownload) is toestemming nodig.
- *Informatieregels*: deze zijn voor de controle op de identiteit van een webwinkel. Een webwinkel moet minimaal de naam, KvK-nummer, adres, contactgegevens en btw-nummer vermelden.
- *Productinformatie*: een webwinkel moet informatie verstrekken over productkenmerken, prijzen inclusief btw, bijkomende kosten, wettelijke bedenktijd, betalingsmogelijkheden en de levering. Binnen de *wettelijke bedenktijd* kan een afnemer de koop ontbinden. Bij een *levertermijn* die niet vermeld is, geldt de wettelijke levertermijn van 30 dagen.

Een webwinkel kan een *keurmerk* voeren. Sommige keurmerken geven de consument wat meer zekerheid.

Overige wetten die de consument beschermen: Prijzenwet, Huurwet, Warenwet en Wet Productaansprakelijkheid.

De overheid gebruikt daarnaast het *consumptiebeleid* met overheidsmaatregelen die gericht zijn op het stimuleren of afremmen van de consumptie van bepaalde goederen.

Ook gebruikt de overheid *marketing* om producten te ontmoedigen of stimuleren.

Conversiemarketing is bedoeld om de negatieve houding van afnemers om te buigen tot een positieve houding. Bij *demarketing* probeert men de *vraag* naar een goed/dienst af te remmen. Bij *contramarketing* worden acties ondernomen die gericht zijn op het verminderen of verdwijnen van ongewenst *gedrag*.

27.2 Consumentenorganisaties

Consumentenorganisaties zijn instellingen die opkomen voor de belangen van consumenten.

Een *algemene consumentenorganisatie* beperkt zich niet tot een enkel onderwerp of product. Een *gespecialiseerde consumentenorganisatie* beperkt zich wel.

27.3 Zelfregulering

Zelfregulering komt voor bij een branche die zichzelf regels oplegt.

Volgens de *Reclame Code Commissie* mag de consument niet worden misleid en de reclame mag niet aanstootgevend zijn. Wanneer deze voorwaarden worden geschonden, kan iedereen een klacht indienen bij de Reclame Code Commissie.

Bij *schijnbehoeften* worden consumenten door reclame “verleid” tot de aanschaf van producten waaraan ze in feite geen enkele behoefte hebben.

De *Milieu Reclame Code* geeft gedragsregels voor reclameboodschappen waarin milieuaspecten verwerkt zitten.

Bij de *Social Code* geven bloggers of vloggers een melding als ze worden betaald om ergens reclame voor te maken of een product gratis of met korting hebben ontvangen.

27.4 Ethiek

Ethiek gaat over zaken die ‘al dan niet horen’. Hierbij speelt het referentiekader en de cultuur een grote rol.

Datamining is erop gericht is (statistische) verbanden te vinden in grote datasets.