



Consumentenautoriteit  
Ministerie van Economische Zaken,  
Landbouw en Innovatie

# 2011

## TERUGBLIK

handhaven en informeren | resultaten

Let op: dit is een interactieve pdf. Onderstreepte woorden in de tekst zijn clickable gemaakt, waardoor extra informatielagen geopend kunnen worden.

# Voorwoord

De Consumentenautoriteit heeft in 2011 veel bereikt. In de digitale Terugblik doen wij hiervan verslag. Het terrein waarop wij toezicht houden is breed. Om ons te kunnen focussen werken wij op basis van aandachtsgebieden die wij in onze Agenda hebben benoemd. 2011 was het tweede jaar waarin we op basis van de Agenda 2010 en 2011 resultaten hebben geboekt.

Consumentenvoorlichting via ConsuWijzer is een belangrijke pijler van ons werk. Consumenten adviseren hun recht te halen en bedrijven dwingen de regels na te leven: dat zijn de twee benen waarop wij als Consumentenautoriteit staan. In dit filmpje licht ik een paar voorbeelden toe. Daarnaast nodig ik u uit om in dit jaarverslag kennis te nemen van de resultaten van ons werk in 2011.

Bernadette van Buchem  
De Consumentenautoriteit

[Uitgeschreven videotekst voor doven en slechthorenden](#)

## Inhoudsopgave

Voorwoord	2
Handhaven en informeren	3
<b>Versterken van de positie van de consument</b>	
- ConsuWijzer	
<b>Samenwerking met andere partijen</b>	
- Nationale samenwerking	
- Internationale samenwerking	
Resultaten	5
<b>ConsuWijzer</b>	
<b>Agenda 2011-2012</b>	
<i>Consumentenproblemen</i>	
1 Oneerlijke handelspraktijken online	
2 Agressieve en misleidende werving	
3 Garantie en (non-)conformiteit	
<i>Ontwikkelingen</i>	
4 Nieuwe wettelijke taken	
5 De grensoverschrijdende consument	
Zaken buiten de Agenda	22
Administratieve lasten	24
De Consumentenautoriteit in cijfers	25

# Handhaven en informeren

## Versterken van de positie van de consument

De Consumentenautoriteit ziet er sinds 1 januari 2007 op toe dat bedrijven de regels voor consumentenbescherming naleven. Haar missie is:

het bevorderen van eerlijke handel tussen bedrijven en consumenten, met de economische belangen van consumenten als uitgangspunt.

De Consumentenautoriteit heeft verschillende bevoegdheden om onderzoek te doen naar overtredingen en om naleving van de wet af te dwingen. Tegelijkertijd geeft de Consumentenautoriteit consumenten praktisch advies over hun rechten en plichten.

De Consumentenautoriteit is een dienst van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. De taken en [bevoegdheden van de Consumentenautoriteit](#) zijn vastgelegd in de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc).

## ConsuWijzer

ConsuWijzer is het informatieloket voor consumenten van drie toezichthouders: de Consumentenautoriteit, de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) en de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA). ConsuWijzer is organisatorisch ondergebracht bij de Consumentenautoriteit.

Het doel van ConsuWijzer is de consument bewust maken van zijn rechten en plichten en praktisch advies geven over hoe hij zelf in actie kan komen om zijn probleem op te lossen. Als de vraag buiten het terrein van de drie genoemde toezichthouders valt, wijst ConsuWijzer de weg naar andere organisaties. Consumenten kunnen via [www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl) een vraag stellen, een klacht melden, informatie zoeken en voorbeeldbrieven downloaden. Vragen stellen kan ook telefonisch. Tegelijkertijd bieden de vragen en klachten bij ConsuWijzer de toezichthouders achter het loket goed zicht op wat er in de markt speelt. Het loket vervult daarmee een belangrijke signaalfunctie.

## Samenwerking met andere partijen

### Nationale samenwerking

De Consumentenautoriteit werkte ook in 2011 intensief samen met andere toezichthouders, maatschappelijke organisaties en zelfreguleringsinstanties. Zo nodig vindt afstemming plaats met andere toezichthouders, zoals de OPTA, de NMa en de Autoriteit Financiële Markten (AFM), over hoe inbreuken op consumentenrechten het beste kunnen worden aangepakt.

De samenwerking met (andere) maatschappelijke partijen krijgt nader vorm in het 'Maatschappelijk Overleg', dat de Consumentenautoriteit op grond van de Whc periodiek met consumenten- en ondernemersorganisaties voert. Hier worden onder andere de actualiteiten en prioriteiten besproken. De Consumentenautoriteit participeerde in 2011 verder in het zogeheten 'Markt-toezichthoudersberaad', waarin naast de reeds genoemde ook toezichthouders als de Nederlandse Zorgautoriteit (NZa), de Nederlandsche Bank (DNB) en het College bescherming persoonsgegevens (CBP) participeren. Uitwisseling van kennis en ervaring staan hierbij centraal.

#### Partners in het Maatschappelijk Overleg

- Consumentenbond
- ECC-net
- Het Juridisch Loket
- MKB Nederland
- Stichting De Ombudsman
- Stichting Geschillencommissies voor consumentenzaken
- Stichting Reclame Code
- VNO-NCW

### Fusie per 2013

Het streven is om per 1 januari 2013 de al intensieve samenwerking met de NMa en de OPTA voort te zetten in een nieuwe organisatievorm. Er ligt momenteel een wetsvoorstel bij de Tweede Kamer om de samenvoeging van de NMa, OPTA en de Consumentenautoriteit tot de nieuwe organisatie: de Autoriteit Consument en Markt (ACM) mogelijk te maken. De naam geeft duidelijk weer waar de nieuwe organisatie voor staat: markten laten werken om de belangen van consumenten te waarborgen. Door de bundeling van de krachten van de drie toezichthouders in de ACM zal een [effectieve aanpak](#) van consumenten- en marktproblemen kunnen worden gerealiseerd. Binnen de ACM worden consumententaken, ook die op het gebied van energie en telecom, in één directie ondergebracht. Ook ConsuWijzer krijgt een plek in deze consumentendirectie. Daarmee krijgt consumententoezicht een centrale positie binnen de ACM.

### Internationale samenwerking

De Consumentenautoriteit heeft ook op internationaal niveau contacten met diverse partners. In de eerste plaats treedt de Consumentenautoriteit samen met collega-autoriteiten uit andere lidstaten van de EU op tegen grensoverschrijdende overtredingen in Europees verband. Hiertoe maakt zij deel uit van het netwerk van Europese consumententoezichthouders CPC (Consumer Protection Cooperation). Meer informatie over het beleid en de aanpak die hieruit voortvloeien is te vinden onder het hoofdstuk [De grensoverschrijdende consument](#).

De Europese toezichthouders kunnen elkaar verzoeken om informatie of handhaving bij grensoverschrijdende inbreuken op het consumentenrecht. Zij zijn verplicht aan dergelijke verzoeken gehoor te geven. Voor de coördinatie hiervan in Nederland fungeert de Consumentenautoriteit als 'Verbindingsbureau' voor de andere toezichthouders in Nederland die zijn [aangesloten bij het CPC-netwerk](#).

Op mondiaal niveau participeert de Consumentenautoriteit in ICPEN (the International Consumer Protection and Enforcement Network). ICPEN is het wereldwijde netwerk van consumentenautoriteiten. Inmiddels zijn meer dan 50 landen bij het netwerk aangesloten, waaronder naast Europese landen ook landen als de Verenigde Staten, Canada, Australië en China. ICPEN heeft als doel: het samenwerken en uitwisselen van ervaringen en 'best practices' op het gebied van toezicht en handhaving enerzijds en consumentenvoorlichting anderzijds. Jaarlijks wordt wereldwijd aandacht besteed aan oneerlijke handelspraktijken tijdens de Fraud Prevention Month. De Consumentenautoriteit was van juli 2010 tot juli 2011 voorzitter van ICPEN.

# Resultaten

**Welke activiteiten heeft de Consumentenautoriteit in 2011 ondernomen en wat heeft zij bereikt om de positie van de consument te versterken?**

## ConsuWijzer

ConsuWijzer geeft consumenten informatie en praktisch advies zodat zij in staat zijn om zelf hun problemen met aanbieders op te lossen. Tevens worden de vragen en klachten van consumenten geregistreerd voor de toezichthouders achter het loket – de Consumentenautoriteit, NMa en OPTA. Zo krijgen zij inzicht in de problemen die er spelen en kunnen zij besluiten in actie te komen. Toezicht houden en de consument weerbaar maken gaan zo hand in hand.

In 2011 is de website van ConsuWijzer 2.300.000 keer bezocht. ConsuWijzer heeft 85.000 vragen en meldingen van consumenten ontvangen. De toezichthouders achter het loket zijn naar aanleiding hiervan [diverse onderzoeken gestart](#).

Het doel van ConsuWijzer is het bevorderen van zelfredzaamheid en assertiviteit van de consument. Dit gebeurt door het aanbieden van hulpmiddelen, zoals voorbeeldbrieven, waarmee de consument zelf zijn problemen kan oplossen én het attenderen op actuele zaken met het oog op preventie. Van belang voor ConsuWijzer is dat de consument die een probleem heeft de relevante informatie snel weet te vinden. Een van de hoofddoelstellingen van ConsuWijzer is het leveren van een bijdrage aan de handhavingfunctie van de toezichthouders. Het

loket is een centraal registratiepunt voor signalen van consumenten.

In 2011 is deze focus vastgehouden. De belangrijkste middelen en acties in 2011 waren dan ook gericht op:

- vergroten van de naamsbekendheid
- organiseren van voorlichtingsacties rondom specifieke thema's
- optimaliseren van de online vindbaarheid van [www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl)
- optimaliseren van de kwaliteit van ConsuWijzer
- signaleringsfunctie

### Overzicht meldingen ConsuWijzer

ConsuWijzer meet nauwkeurig de aard en de omvang van meldingen van consumenten. Zo registreert het loket wat er op consumentengebied speelt en welke ontwikkelingen zich voordoen. Deze informatie gebruikt ConsuWijzer enerzijds om de toezichthouders te voeden met actuele informatie over relevante ontwikkelingen en anderzijds om haar adviezen zo goed en volledig mogelijk af te stemmen op de behoefte van consumenten. Bovendien geeft het aantal vragen en meldingen een indicatie over de kwaliteit van de dienstverlening van ondernemers.

### Top 10 geraadpleegde informatie website 2011

- 1 Abonnement of contract opzeggen stilzwijgende verlenging
- 2 Telemarketing en Bel-me-niet Register
- 3 Garantie
- 4 Rechten bij vliegwezen (m.n. vertraging)
- 5 Online winkelen
- 6 Energiebedrijven vergelijken en overstappen
- 7 Telefoonnummers (blokkeren, meenemen, informatienummers)
- 8 Keurmerken
- 9 Sms-diensten
- 10 Energierekeningen

### Top 5 aard meldingen

- 1 [Niet naleven regels Bel-me-niet Register](#)
- 2 [Garantie en non-conformiteit](#) (vragen over rechtspositie consument, vooral bij digitale/elektronische apparatuur)
- 3 [Rekening en betalen](#) (vragen over rekening, vooral telecom en energie)
- 4 [Beëindigen en ontbinden van de overeenkomst](#) (moeilijk kunnen opzeggen van abonnementen zoals van sportschool)
- 5 [Algemene vragen over wetgeving](#) (veel vragen over nieuwe regelgeving zoals luchtvaart en abonnementen)

### Top 5 meldingen per verkoopkanaal

- 1 Telefoon (inclusief Bel-me-niet Register)
- 2 Winkel
- 3 Internet
- 4 Post
- 5 Sms

### Top 5 meldingen per subsector

- 1 Telecom (vooral Bel-me-niet Register en rekening klopt niet)
- 2 Energie (idem)
- 3 Elektronica/ witgoed en huishoudelijke apparatuur (met name garantiekwesities)
- 4 Kansspelen en loterijen (Bel-me-niet Register)
- 5 Detailhandel Wonen (voornamelijk garantie en levertijd)

### Voorlichting

ConsuWijzer heeft in 2011 diverse acties en campagnes gevoerd met als doel de kennis van consumenten over hun rechten in bepaalde probleemgebieden te vergroten. Naast het bieden van juiste en duidelijke informatie over je rechten en plichten als consument zijn er ook nieuwe hulpmiddelen ontwikkeld, zoals checklists en voorbeeldbrieven.

#### Campagne: "Is de webshop oké of oje?"

In het kader van de Fraud Prevention Month heeft de Consumentenautoriteit via ConsuWijzer consumenten voorgelicht over online winkelen, het thema voor 2011. Voor dit doel is de *Online shopscan* ontwikkeld en afgestemd met de brancheorganisatie Nederlandse Thuiswinkel Organisatie en de Consumentenbond. Door voorafgaand aan zijn aankoop de shopscan te

raadplegen, kan de consument zich een beter oordeel vormen over het bedrijf achter een webshop. Gebleken is dat de shopscan voorziet in een behoefte. Na de lancering in april is deze in 2011 24.000 keer gedownload.

#### Acties bij 5-jarig bestaan ConsuWijzer

In oktober 2011 bestond ConsuWijzer 5 jaar. Dit is gevierd met een speciale campagne. De aftrap van de campagne was op 1 oktober te zien in het consumentenprogramma Kassa van de VARA. Ook zijn er interviews verschenen in diverse media. Gedurende de hele maand werd een aantal nieuwe middelen gelanceerd zoals checklists en

succesverhalen van consumenten. In de maand oktober stond elke week een ander onderwerp centraal. Deze onderwerpen waren gebaseerd op populaire meldingen bij ConsuWijzer over de afgelopen 5 jaar:

- dienst niet uitgevoerd zoals verwacht
- niet eens met rekening
- niet tevreden met product
- ongewenste abonnementen en contracten

In de vijf jaar dat ConsuWijzer bestaat hebben miljoenen consumenten praktisch advies gekregen over hun rechten, zijn er meer dan een miljoen voorbeeldbrieven

**ConsuWijzer Online ShopScan**

## Is de webshop ?

Op internet kunt u eenvoudig prijzen vergelijken en zo een voordelige koop sluiten. Maar weet u ook van wie u koopt en hoe betrouwbaar de winkel is? De ConsuWijzer Online ShopScan helpt u om verder te kijken dan alleen de prijs. Eigenlijk net zoals u dat in een echte winkel doet. Aan de hand van een aantal vragen kunt u een oordeel vormen over het bedrijf achter de webshop.

**Doe de Online ShopScan**

**1. Check de winkel**

**Kloppen de gegevens van het bedrijf?**    
Het is voor webshops verplicht hun e-mailadres en adresgegevens op de site te vermelden. Via bijvoorbeeld Google Maps of Bing Maps kunt u controleren of het adres ook echt bestaat. Op de website van de Kamer van Koophandel kunt u controleren of het bedrijf daar is geregistreerd en of bijvoorbeeld de contactgegevens van de webshop overeenkomen met die op de website.

**Hoe beoordelen andere kopers het bedrijf?**    
Door met zoekmachines naar reviews en beoordelingen van de webshop te zoeken op internet krijgt u al snel een indruk van de ervaringen van anderen met de webshop. Ga niet af op maar één review of website.

**Staat er een keurmerk op de website?**    
Heeft de webshop een keurmerk? Kijk dan op de website van dat keurmerk en controleer of het bedrijf ook echt bij het keurmerk is aangesloten. Kijk kritisch naar wat het keurmerk u biedt.

**2. Check het product, de prijs en aanvullende kosten**

**Hebt u het product, het typenummer, de kleur en/of maat gecheckt?**    
Controleer of het product dat u wilt gaan bestellen echt is waar u naar op zoek bent. Soms is de afbeelding die op een site bij een product staat afwijkend.

**Is de prijs reëel?**    
Sommige aanbiedingen zijn gewoon te mooi om waar te zijn. Vergelijk daarom de prijs van het product op andere websites. Wees extra alert bij heel grote prijsverschillen.

**Weet u precies wat de verzend- en andere kosten zijn?**    
Op de website moet u, voordat u het bestelproces in gaat, informatie kunnen vinden over de verzendkosten. Ook moet duidelijk zijn wat de eventuele service-, reserverings-, afhandel- of administratiekosten zijn.

**Heeft de webshop het product op voorraad?**    
Voorkom teleurstelling doordat u lang op het product moet wachten. Check bij de webshop of het product op voorraad is. Pas ook op als een product overal is uitverkocht en er een webshop is die zegt een flinke voorraad te hebben.

**Hoe beoordeelt u de betaalwijze?**    
U bent vaak niet verplicht om meer dan 50% aan te betalen. Kies de betaalwijze die u het prettigst vindt en vertrouwt. Kijk voor informatie over online betalen en veilig online winkelen op [Mijndigitalewereld.nl](http://Mijndigitalewereld.nl). Of doe de Webwinkel Quiz van de Consumentenbond.

**3. Check de voorwaarden**

**Is voor u duidelijk wat de retourvoorwaarden zijn?**    
Check de retourvoorwaarden als u een product wilt terug sturen. In de meeste gevallen moet u het product, nadat u het hebt ontvangen, binnen zeven werkdagen kunnen retourneren (let op: er zijn uitzonderingen). U hebt dan recht op terugbetaling van alle kosten, behalve de kosten voor het terugsturen van het product. Controleer of dat ook voor de webshop geldt waar u wilt kopen.

**Totaal**

**4. OK of Oje**

Hebt u alle vragen beantwoord? Dan hebt u nu, naast de prijs, ook een goed beeld van de webshop waar u het product wilt kopen. Zijn er punten die negatief zijn of waar u over twijfelt, denk dan goed na of de voordelige prijs wel opweegt tegen de eventuele nadelen.

HOE HAAL IK M'N GELIJK?  
WAAR TREK IK AAN DE BEL?

Bron: meer informatie voor consumenten over winkelen op het web en de Online Shopscan zie [www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl)



## Vragen over het opzeggen van sportabbonnementen populair

gebruikt en zijn er honderdduizenden signalen verzameld voor NMa, OPTA en de Consumentenautoriteit.

Top 5 meldingen over 5 jaar ConsuWijzer

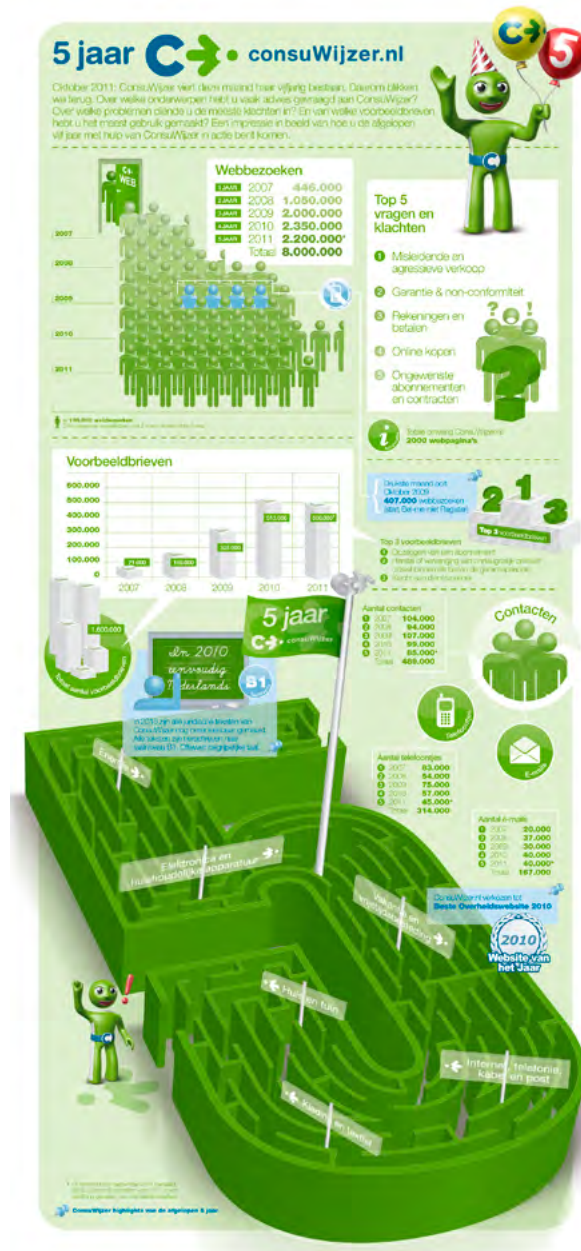
- 1 misleidende en agressieve verkoop
- 2 garantie en non-conformiteit
- 3 rekeningen en betalen
- 4 online kopen
- 5 ongewenste abonnementen en contracten

Actualiteit

ConsuWijzer heeft ook in 2011 veelvuldig melding gemaakt van actuele zaken die belangrijk zijn voor consumenten. Zo werd rond Valentijn bericht over [misleidende Valentijns sms-jes](#). Rond Pasen werd de informatie over keukens kopen naar voren gehaald. In het kader van de nieuwe wetgeving met betrekking tot abonnementen heeft ConsuWijzer uitgebreide informatie geplaatst over de gevolgen van de nieuwe regels voor consumenten. ConsuWijzer streeft ernaar steeds adequaat te reageren op actuele ontwikkelingen en met gerichte informatie antwoord te geven op vragen die leven bij consumenten.

Media

In 2011 is de samenwerking met het gratis dagblad Spits voortgezet. Wekelijks beantwoordde ConsuWijzer een consumentenvraag in de krant. Daarnaast heeft ConsuWijzer regelmatig informatie verstrekt aan de redacties van kranten en programma's op radio en tv over consumentenrechten of deelgenomen aan consumentenprogramma's om informatie te verstrekken.



Afbeelding: in het kader van haar vijfjarig bestaan, heeft ConsuWijzer een infographic uitgebracht. De infographic geeft een overzicht op de omvang en de inhoud van de signalen van consumenten over de afgelopen vijf jaar.

## Naamsbekendheid

ConsuWijzer heeft zowel on- als offline kanalen ingezet om de bekendheid en zichtbaarheid van het loket te vergroten.

*Landelijke campagne "Ik moet naar ConsuWijzer.nl"*

In 2011 werd de in oktober 2010 gestarte mediacampagne "Ik moet naar ConsuWijzer.nl" voortgezet met advertenties in Metro en Spits en radiocommercials op landelijke en regionale zenders zoals radio 538, Sky radio en Q-music. Verspreid over 2011 zijn er circa 2500 radiocommercials uitgezonden en circa 50 advertenties in Spits en Metro geplaatst. Hierdoor zijn zowel de geholpen als de spontane naamsbekendheid van ConsuWijzer gestegen.



Afbeelding: advertentie in Metro en Spits.

*Online vindbaarheid*

De in 2010 succesvol ingezette strategie op het gebied van online marketing is voortgezet in 2011. De website is hierdoor goed vindbaar voor consumenten die online op zoek zijn naar een oplossing voor hun consumenten-



probleem. Nieuw in 2011 is de inzet van online banners op relevante sites.

In 2011 is ConsuWijzer tevens gestart met een pilotproject sociale media. Onderzocht werd hoe ConsuWijzer sociale media zoals Twitter en [Facebook](#) kan inzetten als communicatiemiddel met consumenten. In 2012 zal de communicatie via sociale media verder worden geïntensiveerd.

#### *ConsuWijzer op je mobiel*

ConsuWijzer is ook actief via de mobiele site [m.consuwijzer.nl](http://m.consuwijzer.nl). De mobiele site is geen kopie van de reguliere site. Op deze site is informatie beschikbaar die zich bij uitstek leent voor 'onderweg', zoals over garantie en reizen. Hiermee speelt ConsuWijzer in op de behoefte van de consument, die zijn informatie steeds meer ter plekke snel en direct beschikbaar wil kunnen krijgen. Consumenten met internet op hun mobiel hebben nu altijd en overal praktische informatie over hun rechten bij de hand.

## Kwaliteit

### *Voor de tweede keer Website van het Jaar*

ConsuWijzer.nl heeft voor het tweede jaar op rij de publieksprijs 'Website van het Jaar' in de categorie Overheid gewonnen. Dit betekent dat ConsuWijzer.nl de hoogste waardering van het publiek kreeg voor inhoud, ontwerp en navigatie van alle genomineerde overheidswebsites. De Website van het Jaar-award is de grootste online verkiezing van Nederland. Bij deze verkiezing zijn in totaal 700.000 stemmen uitgebracht in 22 categorieën. ConsuWijzer werd daarbij, evenals in 2010, verkozen tot Beste Overheidswebsite. Het is uniek dat een website van de overheid voor de tweede maal op rij deze prijs heeft gewonnen.

Sinds eind 2010 mag ConsuWijzer.nl het Waarmerk Drempelvrij prioriteit 2 voeren. Dit betekent dat de website zeer goed scoort wat de gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid voor mensen met een handicap of functiebeperking betreft.



### *Klanttevredenheidsonderzoek*

ConsuWijzer laat regelmatig een klanttevredenheidsonderzoek uitvoeren. De resultaten in 2011 waren wederom goed. Consumenten die contact per telefoon opnemen met ConsuWijzer waarderen dit zeer positief, met een rapportcijfer van 7,8. Contact per email wordt gewaardeerd met een 6,7.

Uit deze cijfers blijkt dat het persoonlijk contact met een medewerker via de telefoon een meerwaarde heeft voor de consument. De website van ConsuWijzer werd gewaardeerd met het rapportcijfer 7,6. De website wordt door consumenten als duidelijk en overzichtelijk ervaren. Daarnaast wordt het snel kunnen vinden van informatie genoemd als reden voor de hoge waardering.

## Signaleringsfunctie

### *Voorbeelden van acties van de Consumentenautoriteit naar aanleiding van signalen bij ConsuWijzer*

Naar aanleiding van signalen bij ConsuWijzer heeft de Consumentenautoriteit in 2011 diverse acties ondernomen, zoals:

- [Waarschuwing mijngsmwinkel en dutchfone.nl](#)
- [Consumentenautoriteit beboet vijf elektronicaondernemingen voor misleiding consumenten over garantie](#)
- [Boete Greenchoice colportage](#)
- [Boete verkoopdemonstraties tijdens busreisjes](#)

## Agenda 2010-2011

### Consumentenproblemen

In 2010 werd voor het eerst gestart met een tweejarige Agenda; voor 2010 en 2011. De Consumentenautoriteit heeft hiertoe besloten omdat zij heeft ervaren dat de praktijk zich niet laat vangen in een jaarlijkse agenda-cyclus. De gekozen aandachtsgebieden waren:

- 1 oneerlijke handelspraktijken online
- 2 agressieve en misleidende werving
- 3 garantie en conformiteit
- 4 nieuwe wettelijke taken
- 5 de grensoverschrijdende consument

Veel van de al in 2010 ingezette aanpak van consumentenproblemen is in 2011 voortgezet of verder geïntensiveerd. Ook de actuele zaken die tijdens deze periode werden aangepakt, pasten meestal binnen een van de al gekozen aandachtsgebieden. Zo heeft de Consumentenautoriteit ook in het afgelopen jaar alert en adequaat kunnen reageren op vragen en misstanden die zich plotseling aandienen en waarbij direct ingrijpen noodzakelijk was in het belang van de consument. Hierbij werd een brede mix van instrumenten ingezet, waardoor meer zaken op een andere wijze dan via een sanctiebesluit zijn afgehandeld. Bij de gekozen aanpak staat het beperken van de consumentenschade voorop

## Oneerlijke handelspraktijken online

Binnen het aandachtsgebied oneerlijke handelspraktijken online heeft de Consumentenautoriteit twee speerpunten benoemd: de aanpak van de problemen met misleidende sms-diensten (A) en bij de online doorverkoop van toegangsbewijzen voor concerten en evenementen (B).

### A. Misleidende sms-diensten

#### Wat is het probleem?

Vanwege het onverminderd hoge aantal meldingen in 2010 bij ConsuWijzer heeft de Consumentenautoriteit in 2011 wederom aandacht besteed aan misleidende en agressieve handelspraktijken bij het aanbieden van sms-diensten. De meeste meldingen hadden betrekking op de misleidende inhoud van een sms-uiting. In een groot aantal online uitingen wordt namelijk de indruk gewekt dat met het versturen van een sms naar de betreffende shortcode een prijs kan worden gewonnen door de vraag die in de uiting wordt gesteld te beantwoorden. Achteraf blijkt dat men hiermee een duur sms-abonnement heeft afgesloten. Bovendien is het vaak moeilijk dit abonnement stop te zetten, omdat de benodigde shortcode niet gemakkelijk is te achterhalen.

#### Bezwaar en beroep Artiq Mobile B.V.

In deze zaak heeft de Consumentenautoriteit in maart 2011 een beslissing op bezwaar genomen. In 2010 werd aan Artiq Mobile B.V. (handelend onder de naam Celldorado) en haar enig aandeelhouder en bestuurder Blink International B.V. een boete opgelegd van 1.190.000,- euro wegens overtredingen van o.a. de Wet oneerlijke handelspraktijken. De aangeboden sms-diensten (spelletjes en wallpapers) wer-

den via internet en tv onder de aandacht gebracht van consumenten. Deze dachten eenmalig een test of een spelletje te doen, maar bleken daarmee onbedoeld en ongewild een abonnement op een sms-dienst te hebben afgesloten. Door de misleidende uitingen op internet en tv werd vermeld dat het om een abonnement ging. Artiq Mobile B.V. heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit. De bezwaren van Artiq Mobile werden ongegrond verklaard, met uitzondering van een aantal bezwaren die zagen op het handelen in strijd met de professionele toewijding. Wegens deze gegrondverklaring is de boete verlaagd met 55.000,- euro tot een bedrag van 1.135.000 euro. Artiq Mobile B.V. heeft vervolgens beroep ingesteld bij de rechtbank Rotterdam. De uitspraak wordt verwacht in 2012.

Bron: het besluit op bezwaar in de zaak Artiq Mobile B.V. is te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/bsluiten/bsluiten-bezwaar/bsluit-bezwaar-met-bac-zaak-celldorado>

#### Hoe pakt de Consumentenautoriteit dit aan?

Bij het aanpakken van deze hardnekkige problematiek hanteert de Consumentenautoriteit een tweeledige strategie. Zowel door het op de voet volgen van de actuele ontwikkelingen en het aanpakken van overtredingen op dit aandachtsgebied als door het stimuleren van zelfregulering wil zij deze oneerlijke handelspraktijken voorkomen dan wel bestrijden. Consumenten werden via ConsuWijzer geïnformeerd over hun rechten.

#### Vinger aan de pols

De Consumentenautoriteit heeft door een doorlopende analyse van de meldingen bij ConsuWijzer en monitoring van reclame-uitingen voor sms-diensten een actueel



## Websites van doorverkopers (concert)tickets aangepast

beeld van de sms-branche. Regelmatig overleg met stakeholders en branchepartijen draagt hieraan bij.

#### Wetgeving en zelfregulering

Begin 2011 heeft de Consumentenautoriteit inbreng geleverd bij de herziening van de Reclamecode sms-dienstverlening. In voorkomende gevallen heeft de Consumentenautoriteit de Stichting sms-dienstverlening aangezet tot actieve handhaving van deze code. Tevens is op 1 april 2011 nieuwe wetgeving van kracht geworden (Besluit universele dienst en Regeling universele dienst). (Eventueel doorclick naar regeling). Deze regels houden kort samengevat in dat de aanbieder van mobiele telefonie de telefoondienst van haar abonnee niet meer zomaar mag afsluiten als deze een klacht heeft ingediend over in rekening gebrachte kosten voor een betaalde sms-dienst.

#### Wat is het resultaat?

Ten opzichte van 2009 en 2010 laten de meldingen bij ConsuWijzer over sms-diensten in 2011 een sterke afname zien en een versnippering in soorten sms-diensten en aanbieders.

De Consumentenautoriteit heeft met haar besluit in de zaak Artiq Mobile haar invulling van de geldende regels kenbaar gemaakt. De markt lijkt hierop te reageren. Ook is de regelgeving aangescherpt.

Wel heeft de Consumentenautoriteit signalen ontvangen dat een aantal sms-dienstaanbieders zich nu richt op het buitenland, wellicht ingegeven door de aangescherpte regelgeving in Nederland. De Consumentenautoriteit heeft ook diverse (nieuwe) methoden van klantenwerving en nieuwe soorten sms-diensten gesignaleerd. Daarom zal zij deze ontwikkelingen dan ook in 2012 en 2013 blijven monitoren.

## B. Online verkoop toegangskaarten

### Wat is het probleem?

Veel mensen weten bij het kopen van toegangskaarten voor concerten en evenementen via internet niet dat het vaak om doorverkochte kaarten gaat. Zij beseffen dan ook niet wat dit betekent. Zo blijken doorverkochte kaarten soms ongeldig of is de consument zijn geld kwijt als het evenement niet doorgaat.

### Hoe pakt de Consumentenautoriteit dit aan?

In 2011 is de Consumentenautoriteit verder gegaan met haar aanpak van dit probleem. Deze is erop gericht websites waarop tickets worden doorverkocht te dwingen consumenten beter te informeren. Het gaat daarbij onder meer om de informatie dat het om doorverkochte tickets gaat en over de mogelijke risico's die consumenten hierdoor kunnen lopen. En daarnaast over het op de juiste manier vermelden van de prijs en het vermelden van de gegevens over het bedrijf achter de website.

Alle websites die toegangskaarten doorverkopen zijn gecontroleerd op naleving van de wettelijke verplichtingen. Websites die niet aan de verplichtingen voldeden, moesten hun site op orde brengen om handhaving te voorkomen. In één geval (Ticketloket.com) heeft de Consumentenautoriteit in 2011 hiertoe lasten onder dwangsom opgelegd.

### Lasten onder dwangsom voor Dutch Entertainment Services

De Consumentenautoriteit heeft Dutch Entertainment Services, de eigenaar van de website ticketloket.com, in september 2011 drie lasten onder dwangsom opgelegd van in totaal 15.000 euro per week tot een maximum van 300.000 euro. Het bedrijf dat tickets doorverkoopt moet zijn website zodanig aanpassen dat het de consument duidelijk is dat het om doorverkochte tickets gaat. Bovendien

moet duidelijk zijn dat de consument een financieel risico loopt bij afgelasting of verplaatsing van het evenement en welke bedragen daarmee gemoeid zijn. Dutch Entertainment Services heeft zijn website op deze punten aangepast. Het bedrijf heeft vervolgens zijn bezwaren tegen de lasten onder dwangsom en de openbaarmaking daarvan ingetrokken.

Bron: het persbericht en besluit met betrekking tot Dutch Entertainment Services is te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/nieuws/2011/consumentenautoriteit-dwingt-ticketloketcom-tot-aanpassen-site>

### Bezwaar Budgetticket B.V. en Worldticketshop B.V.

Bij besluit van augustus 2010 heeft de Consumentenautoriteit aan Budgetticket B.V. en Worldticketshop B.V. een aantal lasten onder dwangsom opgelegd, omdat zij de regels over de informatievoorziening aan consumenten onvoldoende naleefden. Het ging onder meer om het vermelden dat het om doorverkochte tickets gaat, het informeren van consumenten over de mogelijke risico's die zij hierdoor kunnen lopen en het op de juiste manier vermelden van de prijs.

Budgetticket.nl en Worldticketshop.nl hebben vervolgens bezwaar aangetekend tegen de lasten onder dwangsom. In april 2011 heeft de Consumentenautoriteit een besluit op bezwaar genomen. De Consumentenautoriteit heeft de bezwaren van de ondernemingen grotendeels ongegrond verklaard. Tegen dit besluit op bezwaar hebben Budgetticket B.V. en Worldticketshop B.V. beroep ingesteld bij de rechtbank. De uitspraak wordt in 2012 verwacht.

Bron: het besluit op bezwaar in de zaken Budgetticket B.V. en Worldticketshop B.V. is te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/besluiten/besluiten-bezwaar/besluit-bezwaar-met-bac-zaken-budgetticket-bv-worldticketshop-bv>

## Internationaal

Naar aanleiding van handavingsverzoeken die de Consumentenautoriteit van toezichthouders in Duitsland, Zweden, Frankrijk en Spanje heeft ontvangen, heeft de Consumentenautoriteit stappen ondernomen. Zij heeft ervoor gezorgd dat overtredingen op websites van Nederlandse aanbieders die tickets aan buitenlandse consumenten doorverkochten, werden beëindigd. Bij de tien websites waaraan in 2010 al lasten onder dwangsom waren opgelegd heeft de Consumentenautoriteit periodiek gecontroleerd of zij aan alle verplichtingen zijn blijven voldoen. Dit was niet altijd het geval. Op het moment dat op deze websites de vereiste informatie ontbreekt, waardoor niet aan de lasten wordt voldaan, worden dwangsommen ingevorderd.

## Wat is het resultaat?

In maart 2011 werd het rapport openbaar met de bevindingen van het gemeenschappelijke onderzoek van de drie toezichthouders in Benelux-verband naar de informatievoorziening op 24 Nederlandse websites die toegangskaarten doorverkopen. De belangrijkste conclusie was dat de informatievoorziening op deze websites na het optreden van de Consumentenautoriteit sterk is verbeterd. Het aantal klachten, ook vanuit België, is sterk verminderd. Deze verbeteringen zijn inmiddels ook zichtbaar op andere websites die de Consumentenautoriteit sindsdien heeft aangepakt. Hoewel bij controles is gebleken dat de ondernemingen soms steken laten vallen, geven de resultaten in het algemeen aanleiding tot optimisme over het blijvende effect van de aanpak van de Consumentenautoriteit.

## Agressieve en misleidende werving

### Wat is het probleem?

Het is verboden om een consument onder druk te zetten om een overeenkomst aan te gaan voor een dienst of product. De consument mag ook niet worden misleid, op wat voor manier dan ook. Er is sprake van misleiding als de verkoper niet open en eerlijk is over zijn bedoelingen. Toch houden bepaalde verkopers zich geregeld niet aan deze regels. Dit blijkt uit meldingen van consumenten die ConsuWijzer hierover ontvangt. Zo komen er veel meldingen binnen over de werving voor energie- en telefoonabonnementen, via de telefoon (telemarketing), aan de deur (colportage) of op straat, en over verkoopdemonstraties. Bij verkoopdemonstraties worden onder het mom van een goedkoop uitstapje aan consumenten zoveel mogelijk producten verkocht. Consumenten voelen zich vaak onder druk gezet om iets te kopen. Ze hebben dan achteraf spijt van hun aankoop en weten niet of en hoe ze deze kunnen terugdraaien.

### Hoe pakt de Consumentenautoriteit dit aan en met welk resultaat?

#### A. Colportage

In 2011 is na onderzoek het energiebedrijf Greenchoice boeet voor misleidende colportage met energiecontracten.

#### Boete en bezwaar Greenchoice

De Consumentenautoriteit heeft het energiebedrijf Greenchoice in mei 2011 boetes opgelegd van in totaal 525.000,- euro voor misleidende colportage. Het bedrijf heeft in de periode oktober 2009 tot augustus 2010 een groot aantal consumenten in heel

Nederland huis-aan-huis benaderd om energiecontracten te verkopen. Daarbij heeft Greenchoice zich niet gehouden aan een aantal regels die gelden bij colportage. Zo werden misleidende mededelingen gedaan over kortingen en over de hoge overstapboete van hun bestaande leverancier die consumenten riskeren. In dit onderzoek heeft de Consumentenautoriteit samengewerkt met de NMa. De NMa heeft Greenchoice boetes opgelegd voor overtredingen van bepalingen uit de Elektriciteits- en Gaswet inzake de verkoop van energiecontracten. Greenchoice is per 1 september 2010 gestopt met colportage.

Greenchoice heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit. In december 2011 heeft de Consumentenautoriteit een besluit op bezwaar genomen in deze zaak. In het besluit op bezwaar werd de overtreding heroverwogen betreffende het onder druk zetten van consumenten om snel een beslissing te nemen over een nieuw energiecontract. Het bezwaar tegen deze overtreding werd toegewezen en de opgelegde boete werd verlaagd met 100.000,- euro tot een bedrag van 425.000,- euro. De overige bezwaren van Greenchoice werden afgewezen. Greenchoice heeft tegen deze beslissing beroep ingesteld bij de rechtbank Rotterdam.

Bron: het sanctiebesluit en het besluit op bezwaar in de zaak Greenchoice is te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/besluiten/sanctiebesluiten/sanctiebesluit-zaak-greenchoice> en <http://www.consumentenautoriteit.nl/besluiten/besluiten-bezwaar/besluit-bezwaar-met-bac-zaak-greenchoice>

#### B. Telemarketing

In 2011 had de Consumentenautoriteit bijzondere aandacht voor misleidende en agressieve telemarketing. Sinds de invoering van het Bel-me-niet Register gaan de

klachten die ConsuWijzer hierover ontvangt vaak over schending van de Bel-me-niet regels. Ondanks inschrijving in dit register wordt men toch nog gebeld. OPTA houdt toezicht op de naleving van deze regels. Ook het aantal inhoudelijke meldingen over telemarketing blijft hoog. Vaak gaan deze klachten samen met klachten over een (ongevraagde) postorder. Na een onduidelijk telemarketinggesprek ontvangt een consument een ongevraagde zending. De Consumentenautoriteit heeft de signalen verzameld en is in enkele gevallen in contact getreden met de betreffende bedrijven. In sommige gevallen had dit direct als resultaat dat het bedrijf zijn gedrag aanpaste. In andere gevallen is de toezichthouder een vervolgonderzoek gestart. Ook had de Consumentenautoriteit in 2011 herhaaldelijk contact met de brancheorganisaties, onder andere over de herziening van de gedragscode Telemarketing. De herziening zal naar verwachting in de loop van 2012 voltooid zijn.

### Bezwaar Nederlandse Energie Maatschappij

De Nederlandse Energie Maatschappij heeft bezwaar ingesteld tegen het besluit van september 2010. De Nederlandse Energie Maatschappij heeft in de periode 15 oktober 2008 en 20 juli 2009 een groot aantal consumenten telefonisch benaderd om energiecontracten te verkopen. De Consumentenautoriteit heeft geconstateerd dat Nederlandse Energie Maatschappij hierbij regels uit de Wet koop op afstand en de Wet oneerlijke handelspraktijken heeft overtreden. De Consumentenautoriteit heeft het bedrijf hiervoor boetes opgelegd voor in totaal 1.020.000,- euro. In het besluit op bezwaar heeft de Consumentenautoriteit de bezwaren van de Nederlandse Energie Maatschappij afgewezen, met uitzondering van één onderdeel van het bezwaar. Dit betreft de boete voor het niet naleven van de

Gedragscode Consument en Energieleverancier voor zover deze ziet op de bescherming van kwetsbare ouderen. Het bezwaar tegen deze overtreding werd toegewezen en de opgelegde boete werd verlaagd met 50.000,- euro tot een bedrag van 970.000 euro. De Nederlandse Energie Maatschappij heeft tegen deze beslissing beroep ingesteld bij de rechtbank Rotterdam. De uitspraak wordt in 2012 verwacht.

Bron: het besluit op bezwaar in deze zaak is te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/besluiten/besluiten-bezwaar/besluit-bezwaar-zaak-nederlandse-energie-maatschappij>

### C. Verkoopdemonstraties

In het voorjaar van 2011 heeft de Consumentenautoriteit drie bedrijven beboet voor in totaal 630.000,- euro in verband met agressieve verkoopmethoden bij verkoopdemonstraties tijdens busreisjes. Het betreft twee Duitse en een Nederlandse onderneming. (link naar tekst hieronder met beschrijving van besluit) Eind 2010 had de Consumentenautoriteit al een handhavingsverzoek gestuurd aan Duitsland naar aanleiding van signalen dat Duitse bedrijven verkoopdemonstraties in Nederland organiseren die in strijd zijn met de regels. In de loop van 2011 heeft de Consumentenautoriteit op verzoek van de Duitsers aanvullende informatie verstrekt op het handhavingsverzoek. Eind 2011 is hiervoor ook nader onderzoek gedaan. Het onderzoek in Duitsland loopt nog.

### Boetes voor aanbieders van verkoopdemonstraties tijdens busreisjes

De Consumentenautoriteit heeft drie bedrijven die busreisjes met misleidende en agressieve verkoopdemonstraties organiseerden beboet voor in totaal 630.000,- euro. Het betreft twee Duitse en een

Nederlandse onderneming. De Duitse ondernemingen opereerden op de Nederlandse markt onder de naam ITC Reisclub (Goltex Vertriebs GmbH & Co. Kommanditgesellschaft en R&S Handelsvertretung GmbH), de Nederlandse onderneming onder de naam Pro-Actief Plus.

Door middel van persoonlijk geadresseerde uitnodigingsbrieven werden met name oudere consumenten uitgenodigd deel te nemen aan een dagtocht. Tijdens deze dagtocht vonden verkoopdemonstraties plaats waar gezondheidsproducten op een dwingende wijze werden verkocht. Hierbij werd onjuiste of misleidende informatie verstrekt waardoor consumenten aankopen hebben gedaan die ze anders niet zouden hebben gedaan. Het misleidende eraan was, dat informatie over bijvoorbeeld de prijs van de aangeboden producten werd weggelaten. Ook bleek dat de beloofde gratis producten of maaltijden alleen gratis waren voor consumenten die een product in een hogere prijsklasse kochten. Tijdens de demonstraties claimden de verkopers dat de aangeboden producten goed voor de gezondheid waren en speelden ze bewust in op de bezorgdheid van de aanwezige oudere consumenten over hun gezondheid. De Consumentenautoriteit bestempelt deze praktijken als agressieve verkooppraktijken en heeft deze daarom beboet.

Nadat R&S haar activiteiten voor ITC Reisclub in Nederland had gestaakt, is Pro-Actief gestart met het organiseren van dagtochten en verkoopdemonstraties voor dezelfde doelgroep, naar veelal dezelfde locaties en met gelijksoortige producten als bij ITC Reisclub. De verkopers waren vaak dezelfde als die voor ITC Reisclub werkten. Naar het oordeel van de Consumentenautoriteit werden ook bij de verkoopdemonstraties van Pro Actief Plus handelspraktijken gehanteerd die misleidend en agressief



## Aanpak misleidende verkoopdemonstraties tijdens dagtochtjes

zijn. Daarvoor zijn boetes opgelegd. Alle drie de bedrijven hebben bezwaar ingediend tegen de sanctiebesluiten. Hierop zal begin 2012 worden beslist.

Bron: het persbericht en de sanctiebesluiten in deze zaken zijn te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/nieuws/2011/consumentenautoriteit-beoet-aanbieders-misleidende-verkoopdemonstraties-tijdens-busreis>

### Wat is het resultaat?

De voorlichting over colportage en de handhavingsactiviteiten die de Consumentenautoriteit heeft ondernomen in 2010 zijn succesvol geweest. Ze hebben geleid tot een drastische daling van het aantal klachten hierover in 2011. Meldingen in het kader van agressieve telemarketing zijn in 2011 door de Consumentenautoriteit verzameld en diverse bedrijven zijn hierop aangesproken. Gezien de hardnekkigheid van de problematiek en het aanhouden van de meldingen hierover, is besloten dit onderwerp voor de Agenda 2012 opnieuw als aandachtsgebied te benoemen.

De aanpak van de Consumentenautoriteit op het gebied van verkoopdemonstraties heeft tot resultaat gehad dat de beboete bedrijven inmiddels hun activiteiten op dit gebied hebben gestaakt. In de media is in 2011 veel aandacht geweest voor verkoopdemonstraties. De Consumentenautoriteit heeft hierdoor onder andere in nationale dagbladen en consumentenprogramma's op televisie veel voorlichting kunnen geven over dit onderwerp.

## 3 Garantie en (non)conformiteit

### Wat is het probleem?

Evenals in voorgaande jaren heeft de Consumentenautoriteit in 2011 veel aandacht besteed aan het onderwerp garantie en conformiteit. Dit aandachtsgebied bleef hoog op de agenda staan, omdat het hier gaat om een hardnekkige en wijdverspreide problematiek. Uit meldingen bij ConsuWijzer bleek dat er nog steeds veel ondernemers zijn die consumenten onjuist informeren over hun rechten met betrekking tot garantie. De consument kan op basis van die onjuiste informatie besluiten een product niet te laten repareren of besluiten de kosten van een reparatie te betalen, terwijl hij mogelijk nog recht had op kosteloos herstel.

### Wat heeft de Consumentenautoriteit hieraan gedaan?

De Consumentenautoriteit is tegen een zestal ondernemingen in de elektronica-branchen handhavend opgetreden. Aan vijf bedrijven werd een boete opgelegd wegens overtreding van de garantieregelgeving. Aan één onderneming werd een last onder dwangsom opgelegd.

### Boetes en een last onder dwangsom voor zes bedrijven uit de elektronica-branchen

De Consumentenautoriteit heeft vijf elektronica-ondernemingen boetes opgelegd van 90.000 euro per bedrijf voor het misleiden van consumenten over hun garantierechten.

De ondernemingen informeerden consumenten onjuist en misleidend over hun rechten na afloop van de periode van fabrieksgarantie. Het gaat om de bedrijven BCC, De Block, De Harense Smid, Mikro Electro en Scheer & Foppen. Naar aanleiding van meldingen die bij ConsuWijzer binnen kwamen,

heeft de Consumentenautoriteit op dit punt de informatieverstrekking van deze elektronica-ondernemingen in Nederland onderzocht. Hierbij bleek dat de vijf beboete bedrijven gedurende de onderzoeksperiode consumenten structureel onjuiste of onvolledige informatie hebben verstrekt over hun rechten m.b.t. garantie. De Consumentenautoriteit heeft geconcludeerd, dat deze bedrijven consumenten vaak ten onrechte lieten weten dat zij na het verstrijken van de fabrieksgarantie geheel of gedeeltelijk moesten betalen voor reparatie van het kapotte apparaat en/of dat zij geen recht hadden op kosteloos herstel of vervanging. Deze ondernemingen hebben beroep c.q. bezwaar aangetekend tegen de opgelegde boetes.

Een zesde bedrijf, Correct, heeft een last onder dwangsom opgelegd gekregen om zijn algemene voorwaarden op het punt van de vermelding van de garantierechten aan te passen. De dwangsom bedroeg 10.000 euro per week, voor elke week waarin Correct niet aan de last zou voldoen met een maximum van 250.000 euro. Correct heeft inmiddels, tijdig, zijn algemene voorwaarden aangepast.

Bron: het persbericht en de sanctiebesluiten inzake de zes elektronica-ondernemingen zijn te lezen via <http://www.consumentenautoriteit.nl/nieuws/2011/consumentenautoriteit-beoet-5-elektronicaondernemingen-misleiding-consumenten>

De Consumentenautoriteit heeft tevens speelgoedketen Bart Smit aangesproken op het feit dat het bedrijf consumenten met problemen met Nintendo-producten doorverwijst naar de fabrikant. De consument heeft recht op een deugdelijk product. Doet zich een probleem voor dat de consument niet hoefde te verwachten, dan moet de verkoper hem een oplossing bieden. Bart Smit heeft de Consumentenautoriteit officieel toegezegd deze praktijken te zullen staken. De Consumentenautoriteit





zal de komende tijd controleren of het bedrijf zijn afspraken nakomt.

### Wat is het resultaat?

Bij de meeste individuele ondernemingen die bij de Consumentenautoriteit in onderzoek zijn geweest is een gedragsverandering te constateren. Dat blijkt ondermeer uit een afname van de meldingen over garantiekwesties bij ConsuWijzer over deze bedrijven. Deze zijn in aantal afgenomen, maar de afname is niet van dien aard dat we kunnen spreken van een opgelost probleem. Omdat dit onderwerp daarmee nog steeds de aandacht van de toezichthouder behoeft heeft de Consumentenautoriteit besloten dit probleemgebied ook de komende periode actief te blijven monitoren en waar nodig op te treden. Inmiddels heeft Uneto-VNI, de brancheorganisatie voor elektronikawinkels, een gedragscode opgesteld die tot doel heeft de consument correct te informeren over zijn garantierechten. De brancheorganisatie tracht met deze code eenheid te brengen in de interpretatie van de garantieregels in de elektronica-branche, zodat deze op een juiste en uniforme wijze worden toegepast. Deze ontwikkeling juicht de Consumentenautoriteit toe.

## Ontwikkelingen

# 4 Nieuwe wettelijke taken

In 2011 kreeg de Consumentenautoriteit als toezichthouder nieuwe taken toegewezen in het kader van nieuwe wetgeving.

### Wat speelt er op dit gebied?

In 2011 heeft de Consumentenautoriteit **twee nieuwe wettelijke taken** erbij gekregen. Te weten:

- 1 Sinds 1 juni 2011 is de Consumentenautoriteit aangewezen om toezicht te houden op de naleving van artikel 23 uit de [Verordening 1008/2008](#) inzake gemeenschappelijke regels voor de exploitatie van luchtdiensten in de Europese Gemeenschap. Artikel 23 van deze verordening bevat verplichtingen die bij het aanbieden van prijzen voor vliegtickets in acht moeten worden genomen, zoals het niet vooraf aangevinkt staan van opties. Deze verplichtingen gelden voor tarieven voor vluchten vanaf een luchthaven op het grondgebied van een EU-lidstaat.
- 2 Sinds 1 december 2011 zijn de regels over onder meer stilzwijgende verlenging van abonnementen gewijzigd. De Consumentenautoriteit ziet toe op de naleving van deze regels.

### A. Vliegtickets

#### Wat heeft de Consumentenautoriteit gedaan?

De Consumentenautoriteit heeft zich allereerst een grondig beeld gevormd van de marktsituatie in de luchtvaartbranche. Daarbij heeft zij een aantal problemen geïdentificeerd die met behulp van artikel 23 van de Verordening aangepakt kunnen worden. Een concreet probleem is dat de aanbieders van vliegtickets vaak bepaalde keuzemogelijkheden vooraf aangevinkt hebben staan tijdens het boekingsproces. Op basis van de nieuwe verordening is dat niet toe-

gestaan. De consument moet bewust de keuze voor het optionele element kunnen maken. Hij kan dit dan zelf, op basis van 'opt-in' accepteren. Naar aanleiding van gesprekken heeft de ANVR, de brancheorganisatie voor de reisbranche, de branche aangespoord tot naleving. Het gevolg is dat de optionele elementen bij de meeste Nederlandse aanbieders niet meer vooraf staan aangevinkt. Daarnaast zijn ook twee handhavingsverzoeken gedaan aan Europese landen waar aanbieders van vliegtickets gevestigd zijn die zich op Nederlandse consumenten richten maar niet conform de regels handelden.

Ten behoeve van de informatievoorziening aan consumenten en bedrijven is de informatie op de websites van zowel ConsuWijzer als de Consumentenautoriteit aangepast en aangevuld met informatie over de nieuwe verplichtingen uit artikel 23. Om de meldingen bij ConsuWijzer hierover beter te kunnen registreren zijn de nodige aanpassingen gedaan.

In internationaal verband is actief deelgenomen aan de Expert Group on Airlines (EGA). Deze wordt gevormd door de bevoegde toezichthouders in de verschillende Europese landen. Het doel is om de belangrijkste problemen in de luchtvaart op internationaal niveau aan te pakken. Tevens is inbreng geleverd voor de 'European Commission Review of Airline Ticket Transparency', waarbij het ging om vast te stellen of de bestaande Europese regels samen voldoende mogelijkheden bieden om de problemen met de prijstransparantie van vliegtickets op te lossen.

### Wat is het resultaat?

De Consumentenautoriteit heeft veel kennis opgedaan over de problemen die spelen bij de prijstransparantie in de luchtvaart. Bij het aanbieden van losse vliegtickets is het vooraf aanvinken van optionele elementen bij Nederlandse aanbieders geen regel meer, maar uitzondering. Overtreders zijn aangesproken en voor twee

internationale ondernemingen die de regels niet naleven zijn handhavingsverzoeken gestuurd. De kennis die in dit kader is verkregen is gebruikt als input voor het aandachtsgedebied in de Agenda 2012-2013 'Intransparantie van prijzen in de reisbranche'.

Daarnaast is de informatie over de luchtvaartverordening voor consumenten en ondernemers op de website aangepast.

## B. Nieuwe regels abonnementen

### Wat speelt er?

Sinds 1 december 2011 [zijn de regels omtrent de stilzwijgende verlenging van abonnementen gewijzigd](#). Daarnaast gelden er nieuwe regels, zoals bij de beëindiging van proefabonnementen en de wijze van opzeggen van abonnementen. De Consumentenautoriteit ziet toe op de naleving van deze nieuwe regels. De regels zijn bedoeld om een einde te maken aan de situatie dat abonnementen stilzwijgend verlengd worden, terwijl consumenten geen behoefte meer hebben aan deze producten of diensten. Bij stilzwijgende verlenging ontving de consument vaak alleen achteraf een factuur, wanneer het te laat was om het abonnement op te zeggen. Vervolgens zat hij er weer een jaar aan vast. De nieuwe regels zorgen ervoor dat dit niet meer zomaar kan.

### Wat heeft de Consumentenautoriteit eraan gedaan en wat is het resultaat?

De laatste maanden van 2011 heeft de Consumentenautoriteit via haar loket ConsuWijzer vooral geïnvesteerd in informatievoorziening voor consumenten over de nieuwe regels rond verlenging van abonnementen. Er is uitgebreide informatie geplaatst op ConsuWijzer en ook via andere kanalen zijn consumenten voorgelicht over de nieuwe regels. Deze informatie behoorde tot de meest geraadpleegde op ConsuWijzer. Daarnaast heeft ConsuWijzer veel vragen van consumenten beantwoord over dit onderwerp.

## 5 De grensoverschrijdende consument

### Wat speelt er?

Het gegeven dat steeds meer consumenten en bedrijven, al dan niet via internet, (ver)kopen over de grens, is positief en een doelstelling van de interne Europese markt. Maar het betekent ook dat vragen en problemen van consumenten niet stoppen bij de landsgrenzen. Hierdoor hebben consumentenproblemen, bijvoorbeeld als het gaat om sms-diensten, webwinkels, algemene voorwaarden en garantie, steeds vaker een internationaal karakter. De Consumentenautoriteit heeft hier in toenemende mate mee te maken en is daarop voorbereid.

### Wat heeft de Consumentenautoriteit gedaan?

#### In Benelux-verband

In 2011 is het gezamenlijke [Benelux-onderzoek](#) naar de online ticketshops afgerond met een persconferentie in Den Haag. Daarnaast is er een start gemaakt met het afstemmen van beleid met betrekking tot de handhaving van informatieverplichtingen voor webwinkels. Hierbij is in kaart gebracht hoe de verschillende landen de informatieverplichtingen invullen.

#### Europese samenwerking (in CPC-verband)

##### Ontvangen en verstuurd verzoeken en alerts

In 2011 heeft de Consumentenautoriteit 10 informatieverzoeken ontvangen uit Europa. Het ging hierbij een aantal keer over Nederlandse postbussen die gebruikt werden voor misleidende mailings. De vraag was welke onderneming of persoon de postbus in Nederland huurt. Daarnaast waren er verzoeken om te verifiëren of een bedrijf in Nederland is gevestigd. Tevens is een aantal verzoeken ontvangen om bij een ondernemer na te gaan wat precies zijn handelswijze is.

De Consumentenautoriteit ontving 11 verzoeken uit Europa om handhavend op te treden, met name tegen aanbieders van sms-diensten en ticketverkopers. Tevens waren er verzoeken om op te treden tegen webondernemers die informatieverplichtingen niet nakomen (vooral onduidelijke prijzen en voorwaarden). Tot slot is er een verzoek ontvangen om op te treden tegen een bedrijf dat consumenten op een agressieve en misleidende manier benaderde via telemarketing. Met dit bedrijf zijn vervolgens [afspraken gemaakt](#) over het aanpassen van zijn handelspraktijk.

### Verzonden verzoeken

De Consumentenautoriteit heeft in 2011 drie informatieverzoeken verstuurd. Deze verzoeken hadden tot doel na te gaan of een bedrijf waarvan vermoed werd dat het in een andere EU lidstaat gevestigd was, daar ook daadwerkelijk bestond. Daarnaast is één handhavingsverzoek verzonden. Dit betrof een verzoek om op te treden tegen een in het buitenland gevestigde ondernemer die in Nederland verkoopdemonstraties organiseerde en daarbij de wettelijke regels overtrad.

### Alerts

In 2011 zijn er zijn 16 alerts ontvangen. Een alert is een kennisgeving aan een andere autoriteit in het CPC netwerk dat een ondernemer mogelijk grensoverschrijdende inbreuken pleegt. De alerts die ontvangen werden waren zeer divers van inhoud. Het betrof meldingen over sms-diensten en ticketshops, maar ook over misleiding via mailings en via webshops. Daarnaast waren ook vliegtickets een terugkerend thema. De Consumentenautoriteit heeft zelf 1 alert verzonden. Dit was naar aanleiding van een verzoek van Zweden om op te treden tegen een Nederlandse aanbieder van vliegtickets. Tijdens het daarop volgend onderzoek werd geconstateerd dat de ondernemer in meer lidstaten actief was dan alleen in Zweden en Nederland. Dit was reden voor de Consumentenautoriteit om andere lidstaten te informeren over het onderzoek.



## Toezicht over de grens

## Verbindingsbureau

In 2011 zijn er minder verzoeken ontvangen (en verstuurd) dan in 2010. Buiten de hierboven genoemde verzoeken heeft de Consumentenautoriteit als Verbindingsbureau het afgelopen jaar 1 verzoek doorgestuurd aan de Inspectie van de Gezondheidszorg (IGZ). Een verklaring voor de teruggang in verzoeken is dat de Consumentenautoriteit in 2011 niet heeft deelgenomen aan de 'sweep' (onderzoek op internet) die jaarlijks rond een bepaald onderwerp door de Europese Commissie wordt georganiseerd. Vorig jaar viel het onderwerp voor de sweep – informatieverplichtingen op websites die consumentenkredieten aanbieden – buiten de bevoegdheden van de Consumentenautoriteit. Andere jaren waren de sweeps voor de Consumentenautoriteit altijd een belangrijke bron van verzoeken.

### Europese verzoeken

#### Ontvangen:

- 10 informatieverzoeken
- 11 handhavingsverzoeken
- 16 alerts

#### Verstuurd:

- 3 informatieverzoeken
- 1 handhavingsverzoek
- 1 alert

#### Afgehandeld:

- 11 informatieverzoeken
- 17 handhavingsverzoeken

Zie ook hoofdstuk [De Consumentenautoriteit in cijfers](#).

## Wereldwijde samenwerking (ICPEN-verband)

De Consumentenautoriteit was van juli 2010 tot juli 2011 voorzitter van het International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN). Het doel van ICPEN is het versterken van de internationale consumentenbescherming en daarmee de positie van de consument en de onderlinge uitwisseling van kennis. Daar waar consumenten en bedrijven zich in toenemende mate over de landsgrenzen begeven, neemt ook het aantal consumentenproblemen met een internationale dimensie toe. Dit vraagt in toenemende mate om samenwerking tussen nationale consumentenautoriteiten.



Afbeelding: Tweede internationale ICPEN-conferentie

## Wat speelt er zoal en wat is de aanpak?

In april 2011 organiseerde de Consumentenautoriteit de tweede internationale ICPEN-conferentie van haar voorzitterschap. Delegaties uit 39 landen wisselden kennis en ervaringen uit over een groot aantal onderwerpen. Dit ging onder meer over online betalen, adverteren met prijzen, het gebruik van sociale media en affiliate marketing.

Daarnaast was de Consumentenautoriteit tijdens haar voorzitterschap verantwoordelijk voor het functioneren van het netwerk en ook voor de werkzaamheden die binnen ICPEN op projectmatige basis worden uitgevoerd. Dit zijn projecten zoals de totstandkoming van een herzien 'alert system' en de creatie van een database met informatie over online toezichtsbevoegdheden. Deze hebben tot doel de uitwisseling van kennis en de samenwerking in het toezicht tussen de toezichthouders te vergroten. Consumenten, ook de Nederlandse, profiteren daarvan.

Verder maakte de Consumentenautoriteit zich sterk voor een grotere betrokkenheid van bestaande leden en de toetreding van nieuwe leden bij ICPEN. Dit leidde tot de toetreding van een vijftal nieuwe landen en de komst van UNCTAD als toehoorder.

In juli 2011 droeg de Consumentenautoriteit het ICPEN voorzitterschap over aan de consumentenautoriteit van Costa Rica, waarbij de Consumentenautoriteit de nieuwe voorzitter van advies diende.

## Wat is het resultaat?

Door de internationale activiteiten van de Consumentenautoriteit is de Nederlandse consument ook bij aankopen over de grens steeds beter beschermd. Vanwege de dynamiek binnen de internationale markten, het komen en gaan van bedrijven die producten buiten hun eigen landsgrenzen verkopen en de groei van internationale verkoop via internet zal de Consumentenautoriteit alert en streng blijven toezien op de naleving van consumentenrechten bij grensoverschrijdende transacties.

# Zaken buiten de agenda

**Hier worden zaken uitgelicht die niet gerelateerd zijn aan de Agenda 2010-2011. Deels betreft het zaken uit eerdere agenda's en zaken die in bezwaar en beroep zijn behandeld.**

## Reisgaranties

Reisorganisatoren die pakketreizen aanbieden, zijn wettelijk verplicht maatregelen te treffen voor het geval zich een faillissement mocht voordoen, de zogenaamde reisgarantie. Deze houdt in dat reizigers die de reisom al voldaan hebben, hun geld terugkrijgen als de reisorganisator failliet gaat. Reizigers die al op reis zijn, worden gerepatrieerd. De meeste reisorganisatoren hebben hun garantiestelling geregeld via de Stichting Garantiefonds Reisgelden (SGR). Reisorganisatoren zijn verplicht om hun garantiemaatregelen openbaar te vermelden, zodat de consument zelf ook kan controleren of de aanbieder zijn wettelijke verplichting nakomt.

Begin 2011 is de Consumentenautoriteit [opnieuw onderzoeken gestart](#) naar reisorganisatoren die pakketreizen aanbieden zonder de wettelijk verplichte garantiestelling. Er zijn 140 bedrijven onderzocht. Ongeveer de helft daarvan heeft inmiddels maatregelen getroffen of is gestopt met het aanbieden van pakketreizen. De veelal kleine specialistische reisbedrijven hebben een nieuw garantiefonds opgericht, de Stichting Garantiefonds voor Gespecialiseerde Touroperators (GGTO), dat sinds begin 2012 operationeel is. Over een aantal bedrijven dat na herhaald verzoek geen maatregelen had getroffen heeft de Consumentenautoriteit in juni een publieke waarschuwing uitgebracht. Daarna

zijn ook deze bedrijven in actie gekomen om hun garantiestelling te regelen.

In 2011 was er in de media veel aandacht voor reisgaranties. Dit kwam ook door de zogenoemde signaleringslijst van de ANVR, waarop zij bedrijven vermeldde die in hun optiek niet aan de reisgarantieregels voldeden. Veel overwegend kleine reisbedrijven kwamen hiertegen in het geweer en hebben zich verenigd. Het resultaat is dat meer reisorganisaties duidelijkheid geven aan consumenten over de manier waarop zij voldoen aan hun wettelijke verplichtingen. Ook is er met de komst van het nieuwe fonds een alternatief voor reisorganisaties om te voldoen aan de wettelijke garantiestelling.

## Bezwaar en Beroep Fotosessie.com

In de zaak Fotosessie.com heeft de Consumentenautoriteit in januari 2011 [een beslissing op bezwaar](#) genomen. Fotosessie had een fotostudio en bood online tegen betaling fotoshoots aan. Fotosessie benaderde de consument via het internet of via de website van Fotosessie waar de consument zelf 'auditie' kon doen. Fotosessie deed het voorkomen dat de betrokkene op basis van uitstraling en uiterlijk was geselecteerd voor het doen van een fotoshoot tegen een gereduceerd tarief. Met name tieners en jong volwassenen voelden zich aangesproken door deze benadering. De Consumentenautoriteit constateerde overtredingen van bepalingen op het gebied van algemene voorwaarden, koop op afstand en oneerlijke handelspraktijken. Voor deze overtredingen is begin 2010 een boete opgelegd van 100.000,- euro. Hiertegen heeft Fotosessie.com bezwaar aangetekend. In de beslissing op bezwaar werden de bezwaren van

Fotosessie ongegrond verklaard, met uitzondering van de bezwaren tegen één van de overtredingen, van de Wet oneerlijke handelspraktijken. De boete werd daarom verlaagd met 17.000,- euro tot een bedrag van 83.000,- euro. Fotosessie.com heeft vervolgens beroep ingesteld bij de rechtbank Rotterdam. De uitspraak wordt in 2012 verwacht.

## Bezwaar Garant-o-Matic B.V.

In september 2010 heeft de Consumentenautoriteit aan Garant-o-Matic B.V. een boete opgelegd van 120.000,- euro voor overtredingen van de Wet oneerlijke handelspraktijken en de Wet koop op afstand. Garant-o-Matic B.V. heeft bezwaar ingesteld tegen dit besluit. Garant-o-Matic is een postorderbedrijf dat haar catalogi onder de aandacht brengt door middel van promotionele acties. In de promotionele actie die is onderzocht, biedt Garant-o-Matic een promotioneel kansspel aan. In het sanctiebesluit komt de Consumentenautoriteit tot de conclusie dat de consument in de mailings onvoldoende duidelijk en begrijpelijk werd geïnformeerd over de winkans, de termijn voor aanvaarding van het aanbod en de prijs van het aanbod. De Consumentenautoriteit verklaart de bezwaren van Garant-o-Matic B.V. ongegrond, met uitzondering van het bezwaar dat ziet op het niet naleven van een gedragscode waarbij de ondernemer aangesloten is. Omdat voor deze overtreding in het sanctiebesluit geen boete was opgelegd, heeft deze gegrondverklaring geen invloed op de hoogte van de opgelegde boete. Garant-o-Matic heeft geen beroep ingesteld tegen de beslissing op bezwaar. De zaak is hiermee afgesloten.

### Beroepszaken bij de rechter

De rechtbank Rotterdam heeft in 2011 uitspraak gedaan in de [beroepszaken Keukenkampioen en Keukenconcurrent](#). Beide zaken hadden betrekking op een overtreding van de Wet oneerlijke handelspraktijken, waarvoor de Consumentenautoriteit beide bedrijven een boete van 110.000,- euro had opgelegd. De rechter heeft het beroep van beide ondernemingen ongegrond verklaard op één punt na. Alleen wat de boeteverhoging voor niet-medewerking betreft heeft hij de boete verlaagd met 10.000,- euro per onderneming. Zowel de ondernemingen als de Consumentenautoriteit hebben tegen deze uitspraak hoger beroep ingesteld bij het College van Beroep voor het bedrijfsleven.

Ook in de zaak Pretium Telecom B.V. heeft de rechter in 2011 uitspraak gedaan in beroep. In het sanctiebesluit van 2008 heeft de Consumentenautoriteit het bedrijf beboet omdat het bij zijn telefonische klantenwerving in strijd handelde met de regels voor koop op afstand. Ook legde zij het bedrijf drie lasten onder dwangsom op om ervoor te zorgen dat het bedrijf haar wervingspraktijk in overeenstemming zou brengen met de regels. In de uitspraak verklaart de rechtbank [het beroep van Pretium](#) grotendeels ongegrond, maar vernietigt (deels) twee van de opgelegde lasten en matigt de opgelegde boete van 87.000,- euro tot 57.960,- euro. Zowel Pretium als de Consumentenautoriteit hebben tegen de uitspraak hoger beroep ingesteld bij het College van Beroep voor het bedrijfsleven.

### Openbaarmaking van besluiten

Het is de vaste beleidslijn van de Consumentenautoriteit om haar sanctiebesluiten openbaar te maken door middel van plaatsing daarvan op haar website. In 2011 heeft de toezichthouder bij de tien sanctiebesluiten tevens een besluit tot openbaarmaking genomen. Een vijftal bedrijven maakte gebruik van de mogelijkheid om een voorlopige voorziening aan te vragen bij de rechtbank Den Haag om zo openbaarmaking van de

besluiten te voorkomen. In alle gevallen was de rechter echter van mening dat openbaarmaking was toegestaan en heeft de Consumentenautoriteit de sanctiebesluiten ook op haar website geplaatst.

In 2011 heeft de Consumentenautoriteit negen bezwaarprocedures met betrekking tot de openbaarmaking van haar besluiten afgehandeld. In alle gevallen zijn de bezwaren tegen de openbaarmaking ongegrond verklaard.

# Administratieve lasten

In de Memorie van Toelichting bij de Whc is bepaald dat de Consumentenautoriteit in haar jaarverslag aandacht zal besteden aan de administratieve lasten die gepaard gaan met de uitvoering van haar wettelijke taken op basis van de Whc.

Het toenmalige Ministerie van Economische Zaken (EZ) heeft bij de totstandkoming van de Whc een berekening gemaakt van de te verwachten administratieve lasten bij de uitvoering van de Whc. Deze berekening is voorgelegd aan het Adviescollege toetsing administratieve lasten (ACTAL). De volgende categorieën van administratieve lasten, met bijbehorende bedragen, wordt in de berekening onderscheiden:

- In de becijfering door EZ van de lasten die gepaard gaan met de uitoefening van toezichts- en handhavingsbevoegdheden door de Consumentenautoriteit, werd ervan uitgegaan, dat de Consumentenautoriteit jaarlijks ongeveer 95 zaken zou behandelen waarbij in meer of mindere mate informatie wordt gevraagd door middel van de inzet van toezichtsbevoegdheden. Deze 95 zaken betroffen in de berekeningen zowel grensoverschrijdende als nationale zaken.

*Ad 1 Lasten veroorzaakt door uitoefening van toezichts- en handhavingsverzoeken door de Consumentenautoriteit*  
In 2011 heeft de Consumentenautoriteit 113 onderzoeken afgerond wegens (mogelijke) nationale en grensoverschrijdende inbreuken. Dit is meer dan de 95 die uitgangspunt waren in de berekening bij de totstandkoming van de Whc. Dit heeft geleid tot een stijging van de administratieve lasten in 2011. Hierbij moet worden

bedacht dat het niet gaat om lasten die voortvloeien uit het feit dat aan bedrijven een generieke informatie- of vergunningplicht wordt opgelegd, maar om toezichtslasten, die uitsluitend voortvloeien uit onderzoeken naar mogelijke overtredingen.

*Ad 2 Lasten als gevolg van het (terecht) maken van bezwaar of beroep tegen een besluit (of verzoekschrift) van de Consumentenautoriteit*

Voor de berekening van de administratieve lasten in deze categorie wordt uitgegaan van twee zaken, één bij de rechtbank Rotterdam (bestuursrechtelijke handhaving) en één bij het gerechtshof in Den Haag (privaatrechtelijke handhaving), waarin bedrijven waartegen de Consumentenautoriteit handhavend is opgetreden achteraf in het gelijk worden gesteld. Zaken waarin bezwaar wordt gemaakt, beroep of hoger beroep wordt ingesteld tegen een besluit van de Consumentenautoriteit en waarin de Consumentenautoriteit in het gelijk wordt gesteld, tellen bij de berekening van de administratieve lasten niet mee.

In 2011 heeft de Consumentenautoriteit enkele van de ingediende bezwaren (gedeeltelijk) gegrond verklaard. Omdat hierbij de kern van de zaak niet is aangetast zijn hiermee geen administratieve lasten gemoeid geweest.



# De Consumentenautoriteit in cijfers

## ConsuWijzer in cijfers

Telefoongesprekken	47.500
E-mails	36.000
Brieven	1.500
Totaal vragen en meldingen	85.000

Websitebezoeken	2.300.000
-----------------	-----------

### Downloads:

Online Shopscans	24.000
Voorbeeldbrieven	490.000
Garantiefolder	4.300
Tele-checklist	3.800

## Toezicht

### Nationaal

Onderzoeken gestart in 2010 en voortgezet in 2011	11
Onderzoeken gestart in 2011	164
Openbare waarschuwingen	9
Toezeggingen	1
Beëindiging onderzoeken i.v.m. beëindiging inbreuk na optreden CA	77
Onderzoeken beëindigd ivm geen/onvoldoende ernst inbreuk	5
Rapporten	2
<b>Totaal aantal afgeronde nationale onderzoeken</b>	<b>85</b>

### Internationaal

Alerts ontvangen in 2011 van EU-lidstaten	16
Alerts verzonden in 2011 door Nederland	1
Handhavingsverzoeken ontvangen in 2010 en voortgezet in 2011	15
Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2011	11
Afgehandelde handhavingsverzoeken van EU-lidstaten door CA	17
Verzonden handhavingsverzoeken door CA	1
Informatieverzoeken ontvangen in 2010 en voortgezet in 2011	7
Informatieverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2011	10
Afgehandelde informatieverzoeken van EU-lidstaten	11
Verzonden informatieverzoeken door CA	3
<b>Totaal aantal afgeronde internationale onderzoeken</b>	<b>28</b>

## Handhaving

Sanctiebesluiten	8
Besluiten op bezwaar na advies Bezwaar Advies Commissie	7
Overig besluiten op bezwaar	11
Uitspraken verzoekschriftprocedures	0
Lasten onder dwangsom	2
Voorlopige voorzieningen	5
Uitspraken in beroep	3

Boetes	1.515.000	euro
Dwangsommen	58.000	euro
Totaal	1.573.000	euro

### Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten

Grondslag	2011
Colportage	1
Oneerlijke bedingen	2
Prijsaanduiding	1
OHP	7
<b>Totaal</b>	<b>11</b>

### Informatieverzoeken van EU-lidstaten

Grondslag	2011
Elektronische handel	2
Koop op afstand	1
OHP	7
<b>Totaal</b>	<b>10</b>

### Handhavingsverzoeken EIGEN VERZOEK

Grondslag	2011
Colportage	1
<b>Totaal</b>	<b>1</b>

### Informatieverzoeken EIGEN VERZOEK

Grondslag	2011
Colportage	1
OHP	2
<b>Totaal</b>	<b>3</b>

**Tekst**

Taal Troef Tekstproductie en -advies

**Redactie**

Consumentenautoriteit

**Ontwerp**

zD3D, Den Haag

**Fotografie**

Hollandse Hoogte: Barton van Flymen, Ton Poortvliet,  
Koen Verheijden, Goos van der Veen

april 2012

Dit is een uitgave van:

**Consumentenautoriteit**

Bezoekadres:

Muzenstraat 81 (Zurichtoren)

Postbus 16759

2500 BT Den Haag

T +31 70 330 59 71

F +31 70 330 59 89

E [info@consumentenautoriteit.nl](mailto:info@consumentenautoriteit.nl)

[www.consumentenautoriteit.nl](http://www.consumentenautoriteit.nl)

**ConsuWijzer**

Informatielijn voor consumenten: (088) 070 70 70

(nationaal tarief)

[www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl)