



Terugblik 2009

Handhaven en informeren

Resultaten



consumentenautoriteit



Inhoudsopgave

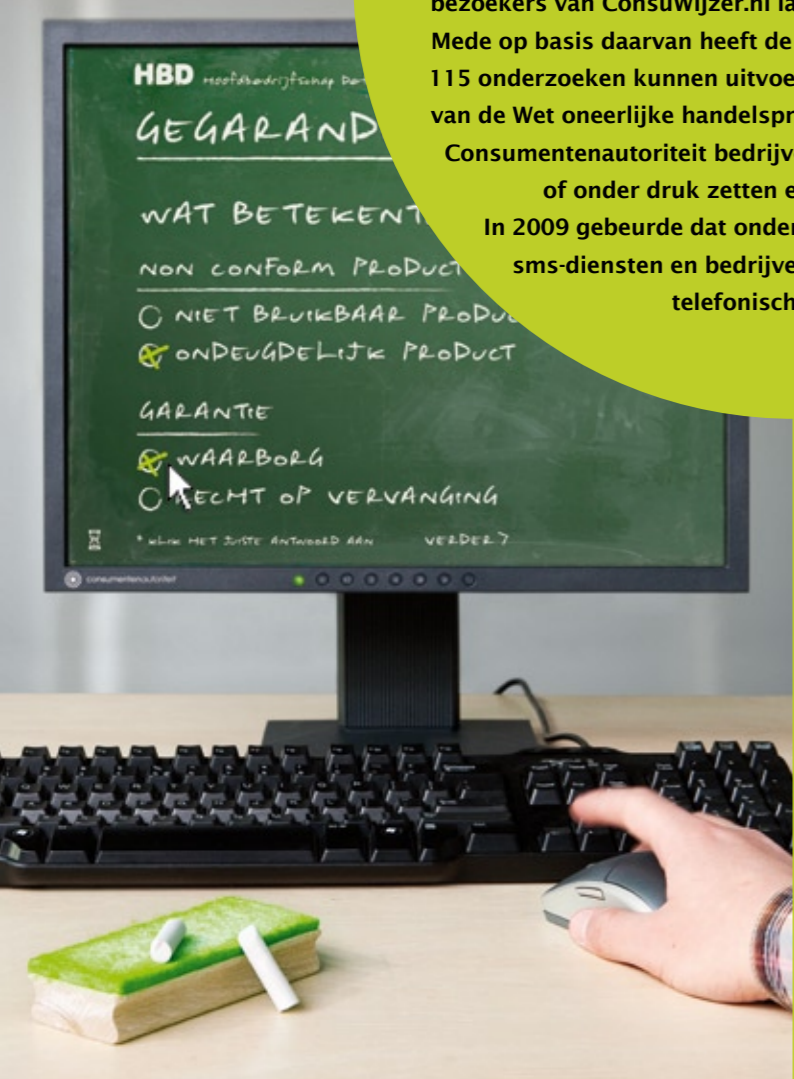
Voorwoord	5
Handhaven en informeren	6
Versterken van de positie van de consument	6
ConsuWijzer	6
Samenspel met andere partijen	6
- Andere toezichthouders	7
- Internationale samenwerking	7
Wetgeving	7
- Dienstenwet	7
- Wet oneerlijke handelspraktijken	8
Resultaten	8
ConsuWijzer	8
Toezicht en handhaving	10
Agenda 2009	11
- Sms-diensten	11
- Telemarketing	14
- Garantie en conformiteit	17
- Verkoopdemonstraties	19
Zaken buiten de Agenda	22
- Nationale zaken	22
- Internationale zaken	24
Administratieve lasten	25
De Consumentenautoriteit in cijfers	26



Terugblik 2009

De Consumentenautoriteit is in drie jaar tijd uitgegroeid tot een volwassen organisatie. De synergie tussen toezicht en consumenteninformatie weten we steeds beter te benutten. Daarmee bereiken we voor de consument tastbare resultaten. De twee miljoen bezoekers van ConsuWijzer.nl laten belangrijke signalen achter. Mede op basis daarvan heeft de Consumentenautoriteit in 2009 115 onderzoeken kunnen uitvoeren, voor het eerst ook op basis van de Wet oneerlijke handelspraktijken (OHP). Hierdoor kan de Consumentenautoriteit bedrijven die consumenten misleiden of onder druk zetten effectiever aanpakken.

In 2009 gebeurde dat onder andere bij aanbieders van sms-diensten en bedrijven die gebruikmaken van telefonische verkoop.



De boetes die de Consumentenautoriteit oplegt, blijven niet onopgemerkt. Steeds meer bedrijven realiseren zich dat ze de Consumentenautoriteit op hun pad vinden als ze de wettelijke regels voor consumentenbescherming overtreden. Enkele bedrijven hebben bezwaar aangekend tegen de boete die de toezichthouder eerder had opgelegd. Deze bezwaarzaken zijn voorgelegd aan de externe bezwaaradviescommissie van de Consumentenautoriteit. De boetes hebben deze toets in zijn algemeenheid prima doorstaan. In 2010 zal de rechter zich over de eerste beroepszaken uitspreken.

De aandachtsgebieden sms-diensten en garantie en conformiteit kunnen nog niet van de Agenda worden afgevoerd. De markt voor sms-diensten is gecompliceerd: er zijn veel en steeds wisselende aanbieders die het vaak niet nauw nemen met de regels. Omdat zelfregulering nog weinig effect heeft, is strengere wetgeving in voorbereiding. De Consumentenautoriteit heeft in 2009 boetes opgelegd en toezichtsonderzoeken uitgevoerd en zal scherp op deze markt blijven toezien. Over garantie en conformiteit kreeg ConsuWijzer ook in 2009 de meeste meldingen. Om vervelende discussies met de leverancier te voorkomen, kopen consumenten vaak garantie bij. Daarom heeft de Consumentenautoriteit in 2009 onderzoek gedaan naar garantiebijkoop-producten. In Benelux-verband zijn de algemene voorwaarden in de elektronica-branchen tegen het licht gehouden. De resultaten van beide onderzoeken worden bekend in 2010. Een positieve ontwikkeling is de grote belangstelling van de detailhandel voor de gratis online training 'Gegarandeerd Goed', in 2009 geïntroduceerd. Hierdoor zal de kennis omtrent garantie en conformiteit in de detailhandel verbeteren. Verder hebben in 2009 twee grote ketens van computerspecialisten hun garantieregeling op orde gebracht na onderzoek door de Consumentenautoriteit.

Consumenten hebben de weg naar ConsuWijzer echt gevonden. In 2009 registreerde ConsuWijzer twee miljoen webbezoeken en waren er ruim honderd-

duizend contactmomenten per telefoon en e-mail. Er wordt goed gebruik gemaakt van de middelen op ConsuWijzer, zoals de voorbeeldbrieven waarmee consumenten hun klacht juridisch juist kunnen formuleren.

Door ConsuWijzer gaan informeren en signaleren hand in hand. In 2009 heeft de Consumentenautoriteit onder andere veel informatie op ConsuWijzer geplaatst over telemarketing, waaronder de Tele-Checklist die consumenten helpt bij gesprekken met telefonische verkopers. In de rubriek 'Uitgelicht' verscheen uitgebreide informatie over een ander agendapunt: verkoopdemonstraties. Veel consumenten gaven gehoor aan de oproep om hun klachten te melden. Dit gaf zo'n grote respons dat de Consumentenautoriteit gericht onderzoek kon doen naar malafide praktijken.



De samenwerking met buitenlandse toezichthouders ontwikkelt zich goed, zowel in Benelux-verband als op Europees niveau. In 2009 had bijna de helft van de toezichtsonderzoeken van de Consumentenautoriteit een grensoverschrijdend karakter. Ook stond Nederland in Europa op de eerste plek als het gaat om het ontvangen en afhandelen

van verzoeken uit andere lidstaten. Zelf heeft de Consumentenautoriteit voor de eerste keer buitenlandse toezichthouders ingeschakeld, onder meer bij onderzoek naar vakantieclubs in Spanje. Doordat de consumenttoezichthouders internationaal samenwerken, ontkomen bedrijven die buiten hun landsgrenzen actief zijn niet meer aan het toezicht op de naleving van consumentenrechten.

Bedrijven lijken serieuzer werk te maken van de rechten van de consument. Toch heeft structurele gedragsverandering tijd nodig. Daarom beslaat de nieuwe Agenda een periode van twee jaar: 2010-2011. Ook in 2010 zullen wij ons inspannen om deze belangrijke taak effectief te vervullen.

Dr. D.J. Janssen
Plaatsvervangend directeur Consumentenautoriteit

Handhaven en informeren

Resultaten

Handhaven en informeren

Versterken van de positie van de consument

De Consumentenautoriteit controleert sinds 1 januari 2007 of bedrijven de wetgeving voor consumentenbescherming naleven. Haar missie is: *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 naleving van de wet af te dwingen. Tegelijkertijd informeert de Consumentenautoriteit consumenten en ondernemers over hun rechten en plichten.

De Consumentenautoriteit is een dienst van het ministerie van Economische Zaken en is opgericht naar aanleiding van een Europese verordening die voorschrijft dat in alle Europese landen met ingang van 1 januari 2007 een consumententoezichthouder actief moet zijn. Volgens de verordening moeten nationale toezichthouders ook nauw samenwerken bij de aanpak van grensoverschrijdende, collectieve inbreuken om ervoor te zorgen dat Europese consumenten veilig aankopen buiten hun landsgrenzen kunnen doen.

De taken en bevoegdheden van de Consumentenautoriteit zijn vastgelegd in de Wet handhaving consumentenbescherming (Whc).

ConsuWijzer

Dit informatieloket van drie toezichthouders - de Consumentenautoriteit, de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) en de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA) - is organisatorisch ondergebracht bij de Consumentenautoriteit.

ConsuWijzer wil de positie van de consument in het economisch verkeer versterken door hem bewust te maken van zijn rechten en plichten, praktisch advies te geven en hem de weg te wijzen naar organisaties en instanties die hem helpen zijn recht te halen. Consumenten kunnen op www.consuwijzer.nl, maar ook telefonisch of schriftelijk, een vraag stellen,

een klacht melden, informatie zoeken en voorbeeldbrieven downloaden. ConsuWijzer biedt de Consumentenautoriteit goed zicht op wat er in de markt speelt en vervult daarmee een belangrijke signaalfunctie.

Samenspel met andere partijen

De Consumentenautoriteit werkt intensief samen met andere toezichthouders, maatschappelijke organisaties en zelfreguleringsinstanties. De samenwerking met maatschappelijke partijen krijgt nader vorm via het 'Maatschappelijk Overleg', dat de Consumentenautoriteit periodiek voert met consumenten- en ondernemersorganisaties. Onder andere de jaaragenda en de terugblik over het afgelopen jaar van de Consumentenautoriteit worden hier besproken.

Bevoegdheden Consumentenautoriteit:

- *onderzoek instellen om vast te stellen of regels worden overtreden*
- *bij overtredingen kan worden besloten tot:*
 - *een bestuursrechtelijk traject: de Consumentenautoriteit legt na het opmaken van een rapport een boete en/of last onder dwangsom op*
 - *of een civielrechtelijk traject: de Consumentenautoriteit verzoekt het Gerechtshof een uitspraak te doen*
- *bij minder ernstige overtredingen kan de Consumentenautoriteit soms eerst een waarschuwing geven*
- *onder bepaalde omstandigheden is het mogelijk dat een bedrijf een openbare toezegging doet dat het een overtreding niet meer zal begaan; het bedrijf moet dan in elk geval erkennen dat het in overtreding was en dat het aantoonbaar maatregelen heeft genomen om de overtreding(en) te beëindigen*
- *zaken waarin (mogelijk) ook sprake is van een strafrechtelijk delict kunnen worden overgedragen aan het Openbaar Ministerie*

Andere toezichthouders

Enkele andere toezichthouders hebben ook bevoegdheden om op te treden tegen inbreuken op consumentenrechten. Dit geldt bijvoorbeeld voor de Autoriteit Financiële Markten (AFM), de OPTA en de NMa. In gevallen waarin zowel de Consumentenautoriteit als een andere toezichthouder bevoegd is tot optreden, wordt in onderling overleg bepaald wie optreedt.

In 2009 is een start gemaakt met het 'Markttoezicht-houdersberaad'. Dit beraad vormt de basis voor een structurele en multilaterale samenwerking tussen de deelnemende markttoezichthouders - NMa, OPTA, NZa, AFM, DNB en Consumentenautoriteit - om tot meer uitwisseling van kennis, ervaring en informatie op het gebied van markttoezicht te komen. Dit vergroot de efficiency van het toezicht, waardoor toezichtslasten kunnen worden verminderd.

Internationale samenwerking

De Consumentenautoriteit heeft op internationaal niveau te maken met een aantal partners. In de eerste plaats pakt de Consumentenautoriteit samen met collega-autoriteiten uit andere lidstaten van de EU grensoverschrijdende overtredingen in Europees verband aan. Hiertoe maakt zij deel uit van het netwerk van Europese consumententoezichthouders CPC (Consumer Protection Cooperation). De toezichthouders kunnen elkaar verzoeken om informatieverschaffing 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'. Jaarlijks neemt de Consumentenautoriteit daarnaast deel aan een internetsweep. Dit is een gezamenlijk en gelijktijdig onderzoek op internet binnen het Europese netwerk van toezichthouders. In 2009 heeft een internetsweep plaatsgevonden met als onderwerp: de verkoop van elektronische producten via internet. Tijdens deze sweep heeft de Consumentenautoriteit bij een aantal vooraf geselecteerde webwinkels gecontroleerd of zij zich bij de verkoop van elektronische producten aan de regels voor

consumentenbescherming houden. Ondernemers die zich niet aan de geldende regels hielden zijn vervolgens aangeschreven. De verwachting is dat de onderzoeken medio 2010 zijn afgerond. Waar nodig zal de Consumentenautoriteit handhavend optreden. Ook is er een samenwerkingsverband tussen de toezichthouders van de Benelux-landen. In 2009 onderzochten zij gezamenlijk de naleving van regels voor garantie en conformiteit in de consumentenelektronica-sector.

Op internationaal niveau participeert de Consumentenautoriteit ook in ICPEN (the International Consumer Protection and Enforcement Network). ICPEN is het wereldwijde netwerk van consumentenautoriteiten. Inmiddels zijn ongeveer 40 landen bij het netwerk aangesloten, waaronder naast Europese landen ook de Verenigde Staten, Canada, Australië, Chili, China en Japan. 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 misleidende handelspraktijken tijdens Fraud Prevention Month. In 2009 heeft de Consumentenautoriteit zich bereid verklaard om medio 2010 het roulerende voorzitterschap van ICPEN voor een jaar op zich te nemen.

Wetgeving

Dienstenwet

De Dienstenwet vloeit voort uit de Europese Dienstenrichtlijn (Europese Richtlijn 2006/123/EG) die op 28 december 2009 in werking is getreden. De Dienstenrichtlijn vergemakkelijkt het voor ondernemers om hun diensten aan afnemers in een andere

Partners in
het Maatschappelijk
Overleg:
Consumentenbond
ECC-net
Het Juridisch Loket
MKB Nederland
Stichting De Ombudsman
Stichting Geschillencommissies
Stichting Reclame Code
VNO-NCW

lidstaat aan te bieden en/of zich daar te vestigen. De Consumentenautoriteit heeft de wettelijke taak gekregen om over de werking van de richtlijn en de Dienstenwet informatie te verschaffen aan consumenten. ConsuWijzer zal deze taak uitvoeren en als informatiepunt voor consumenten dienen. Het overheidsloket voor ondernemers, Antwoord voor Bedrijven, voert deze taak uit voor ondernemers. De Consumentenautoriteit gaat ook toezicht houden op de naleving van enkele informatieverplichtingen voor dienstverleners op grond van de Dienstenwet. Deze verplichtingen zijn geïmplementeerd in boek 6 van het Burgerlijk Wetboek. De informatieverplichtingen uit de Dienstenwet overlappen inhoudelijk deels met bestaande, soortgelijke verplichtingen op basis van de regels voor koop op afstand, e-commerce en oneerlijke handelspraktijken. Maar het gaat ook om nieuwe verplichtingen.

De Consumentenautoriteit kan naleving van de nieuwe regels handhaven door een bestuurlijke boete op te leggen (van maximaal 76.000 euro per overtreding) en/of een last onder dwangsom.

Wet oneerlijke handelspraktijken

In 2009 heeft de Consumentenautoriteit voor het eerst gebruik gemaakt van haar nieuwe bevoegdheden volgens de Wet oneerlijke handelspraktijken (OHP). De Wet OHP is een belangrijke uitbreiding van het instrumentarium van de Consumentenautoriteit. De wet beschermt de consument nog beter tegen praktijken waarbij hij op zó'n manier wordt benaderd, dat zijn afweging om een product te kopen of een dienst af te nemen op een oneigenlijke manier wordt of kan worden beïnvloed. De consument wordt op deze manier verleid tot een aankoop die hij (mogelijk) anders niet had gedaan. De Consumentenautoriteit en de Autoriteit Financiële Markten (AFM) houden toezicht op de naleving van de Wet OHP, die sinds oktober 2008 van kracht is.

Resultaten

Dit deel laat zien wat de Consumentenautoriteit in 2009 heeft ondernomen en bereikt ter versterking van de positie van de consument.

ConsuWijzer

Steeds meer consumenten gebruiken de informatie van ConsuWijzer om zelf hun recht te halen. Het aantal bezoeken aan de website van ConsuWijzer is enorm toegenomen. In 2009 was er opnieuw sprake van een verdubbeling ten opzichte van het voorgaande jaar. De website werd 2 miljoen keer geraadpleegd. De stijging toont duidelijk aan dat ConsuWijzer voorziet in een behoefte.

In 2009 beantwoordde ConsuWijzer 75.000 telefoongesprekken en 30.000 e-mails.

Voorlichting

Naast het geven van interviews en beantwoorden van de wekelijkse lezersvraag in dagblad Spits, zoekt de Consumentenautoriteit ook actief de

Top vijf meldingen bij ConsuWijzer in 2009

- 1 *Garantie en non-conformiteit (het recht hebben op een goed product)*
- 2 *Telemarketing (misleidende en/of ongewenste verkooptelefoontjes)*
- 3 *Energiecontracten (klantenwerving)*
- 4 *Sms-diensten (ongewenste abonnementen)*
- 5 *Kopen online*

Top vijf best bezochte pagina's in 2009

- 1 *Telemarketing en Bel-me-niet register*
- 2 *EnergieWijzer / energiebedrijven vergelijken*
- 3 *Garantie en non-conformiteit*
- 4 *Sms-diensten*
- 5 *Abonnementen opzeggen en stilzwijgende verlenging*

Verdubbeling
webbezoek
consuwijzer.nl



publiciteit met haar besluiten. Deze worden in de vorm van nieuwsberichten op ConsuWijzer toegankelijk gemaakt voor consumenten. Bij voorlichtingscampagnes om consumenten weerbaarder te maken, wordt voor meer informatie altijd verwezen naar de rubriek 'uitgelicht' op ConsuWijzer. Een voorbeeld is de waarschuwing voor misleidende Valentijnsberichten.

Ook heeft de Consumentenautoriteit in het kader van Fraud Prevention Month in het voorjaar de aandacht gevestigd op misleidende telemarketing. Via ConsuWijzer konden consumenten de speciaal ontwikkelde 'ConsuWijzer Tele Checklist' aanvragen of downloaden. In juni startte een voorlichtingscampagne om vakantiegangers te waarschuwen tegen bedrieglijke lidmaatschappen van vakantieclubs en in december waarschuwde de Consumentenautoriteit voor verkoopdemonstraties tijdens busreisjes.

Marketing van de website

In 2009 is veel geïnvesteerd in online marketing van de website van ConsuWijzer. Via zoekmachines en op andere websites waarbij het advies van ConsuWijzer relevant kan zijn, is ConsuWijzer prominent aanwezig. Een voorbeeld is de link naar ConsuWijzer op www.bel-me-niet.nl. In oktober, de maand waarin het Bel-me-niet register werd gelanceerd, registreerde ConsuWijzer 400.000 webbezoeken. Dit is een vijfde van het jaartotaal.

Campagne Postbus 51

De campagne via radio en tv van Postbus 51, 'ConsuWijzer, dan weet je waar je recht op hebt' werd weer gehouden in de eerste maanden van 2009. Als gevolg daarvan nam het aantal contacten met ConsuWijzer toe, zowel via de website, als via telefoon en e-mail. Ook toen de campagne was afgelopen, bleef het aantal contacten structureel hoger dan voor de campagne.

Waarmerk Drempelvrij

De website van ConsuWijzer heeft in 2009 het waarmerk Drempelvrij ontvangen. Dit betekent dat de site optimaal toegankelijk is, ook voor senioren en mensen met een functiebeperking.

Consumenten positief over ConsuWijzer

Begin 2009 is het jaarlijkse klanttevredenheidsonderzoek gehouden. De resultaten zijn nog iets verder verbeterd ten opzichte van het onderzoek in 2008. De gemiddelde klanttevredenheid is een 7,3. De vervolgacties naar aanleiding van de onderzoeksresultaten in 2008 blijken hun vruchten af te werpen:

- ConsuWijzer communiceert duidelijk wat er met de klachten of meldingen van consumenten gebeurt. Hierdoor weten consumenten dat ze bij ConsuWijzer terecht kunnen voor praktisch advies, maar dat ze zelf actie moeten ondernemen om hun individuele probleem op te lossen.
- De adviesteksten zijn verbeterd en beter leesbaar gemaakt voor laaggeletterden. Back-office-medewerkers hebben daartoe een schrijftraining gevolgd. Uit het laatste klanttevredenheidsonderzoek blijkt dat de leesbaarheid van e-mail een sterk punt is.
- Omdat telefonisch contact beter scoort dan contact per e-mail en brief wordt in iedere e-mail de mogelijkheid gegeven om het contact voort te zetten per telefoon.

Voorlichting Dienstenwet

De tweede helft van 2009 is bij ConsuWijzer achter de schermen veel aandacht besteed aan de nieuwe voorlichtingstaak in het kader van de Dienstenwet. ConsuWijzer voert deze taak uit voor consumenten. Dit gebeurt in nauwe samenwerking met het overheidsloket voor ondernemers Antwoord voor bedrijven en het Europees Consumenten Centrum (ECC).

Toezicht en handhaving

In 2009 zijn 115 toezichtsonderzoeken afgerond: 67 nationale en 48 internationale.

Agenda 2009

Sms-diensten

Wat is er aan de hand?

In 2009 stond de aanpak van misleidende sms-diensten voor de tweede keer op de Agenda van de Consumentenautoriteit. Aanleiding hiervoor waren de aanhoudende klachten en signalen bij ConsuWijzer, ondanks de vernieuwde Gedragscode SMS-Dienstverlening die geldt sinds medio 2008. Zo suggereren advertenties voor sms-diensten nog te vaak dat het gaat om een gratis dienst, terwijl dit in werkelijkheid niet zo is. Ook vinden consumenten de (wel) geadverteerde prijzen vaak onduidelijk en is moeilijk te achterhalen hoe ze de dienst kunnen stopzetten. Daarnaast ontbreekt regelmatig een duidelijke relatie tussen het karakter van de reclame-uiting en dat van de vervolgens geleverde sms-dienst. Met andere woorden: de inhoud van de ontvangen sms-dienst komt niet overeen met de inhoud die de consument op grond van de reclame verwacht. Hierdoor zitten consumenten vaak ongewild vast aan een betaald en/of onbedoeld abonnement. In 2009 ontving ConsuWijzer maandelijks gemiddeld 400 tot 500 meldingen over problemen met sms-diensten.

Bij sms-diensten gaat het overigens niet alleen om ringtones en games, maar steeds meer ook om andere diensten die via de mobiele telefoon worden aangeboden, zoals wallpapers, spelletjes, dating-diensten en andere entertainment- en abonnements-diensten.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?


De aanpak van de Consumentenautoriteit in 2009 liep langs twee lijnen:

- het indienen van klachten bij de Stichting SMS Gedragscode;
- het eigenhandig optreden tegen aanbieders van sms-diensten die de gedragscode en de wet niet naleven en er misleidende praktijken op na houden.

Gedragscode SMS-Dienstverlening

Om de werking van de herziene Gedragscode SMS-Dienstverlening beter te kunnen monitoren en de zelfregulering te stimuleren, meldt de Consumentenautoriteit strijdigheden met de gedragscode en/of de daarmee corresponderende wettelijke regelingen actief bij de Stichting SMS-Gedragscode. Vanaf oktober 2008 tot juli 2009 heeft de Consumentenautoriteit 21 klachten over reclame-uitingen van 11 verschillende aanbieders van sms-diensten bij de stichting ingediend. Een deel van de reclame-uitingen werd hierdoor aangepast of gestaakt. In samenwerking met de OPTA heeft de Consumentenautoriteit bijgedragen aan een evaluatie van de herziene gedragscode door Economische Zaken. De staatssecretaris van Economische Zaken heeft begin 2010 mede op basis hiervan maatregelen aangekondigd om de sector te dwingen op korte termijn zijn gedrag te wijzigen. Daarnaast wordt regelgeving voorbereid.

Aangezien de problemen met sms-diensten ondanks de zelfregulering bleven voortduren, zag de Consumentenautoriteit in 2009 geen aanleiding om zich terughoudend op te stellen. Onderzoek naar overtreding van wettelijke regels voor consumentenbescherming door aanbieders van sms-diensten ging dus volop door in 2009 en leidt in 2010 mogelijk tot nieuwe sanctiebesluiten.



Sms-diensten
in steeds nieuwe
verschijnings-
vormen

Misleidende uitingen over sms-diensten

Begin februari 2009 gaf de Consumentenautoriteit via de media de consument een extra waarschuwing voor misleidende online uitingen voor sms-diensten rondom het thema Valentijnsdag. Ook op ConsuWijzer werd hierover informatie geplaatst.

In december 2009 heeft de Consumentenautoriteit voorbereidingen getroffen om opnieuw een waarschuwing uit te brengen voor een misleidende uiting op internet, dit maal in het kader van de griep-epidemie. Om dit te voorkomen heeft de betreffende aanbieder ervoor gekozen de uiting van internet te verwijderen.

Handhaving

In 2009 heeft de Consumentenautoriteit twee onderzoeken afgerond met een rapport naar aanbieders van sms-diensten, waarbij in 2009 één sanctie is opgelegd. In de andere zaak wordt het resultaat verwacht in 2010.

In januari 2009 heeft de Consumentenautoriteit een boete opgelegd aan Smart Media Services B.V. van in totaal 118.750 euro. Dit bedrijf lokte via zijn website www.skilled2win.com consumenten met spelletjes waarbij de suggestie werd gewekt dat daarmee grote (geld)prijzen gewonnen konden worden. Om echter kans te maken op een prijs moest een sms-abonnement worden afgesloten op een woordspel. Dit liep door totdat de consument zich afmelde. De boetes zijn opgelegd voor het toezenden van betaalde sms-berichten aan consumenten zonder dat zij hiervoor expliciet toestemming hadden gegeven en voor het niet naleven van informatieverplichtingen die gelden bij elektronische handel en bij het sluiten van overeenkomsten op afstand. Ook is een last onder dwangsom opgelegd om ervoor te zorgen dat het bedrijf zijn informatie aanpast en stopt met ongevroegde toezending van sms'jes. Smart Media Services B.V. heeft de boete betaald en geen bezwaar aangetekend tegen het besluit.

Het bedrijf OX-2 International is in bezwaar gegaan tegen het besluit van de Consumentenautoriteit uit 2008, waarbij het bedrijf een boete kreeg opgelegd van 85.000 euro en een last onder dwangsom. Het bedrijf beheerde een aantal websites met prijsvragen en reclame voor ringtones of quizzes via sms. Bezoekers moesten hun MSN-naam en -wachtwoord opgeven. OX-2 International gebruikte deze gegevens vervolgens om aan de contactpersonen uit het MSN-adresbestand ongevroegde reclameberichten voor 'gratis' ringtones of prijsvragen te sturen. De bezwaren van OX-2 International zijn afgewezen. OX-2 heeft de boete voldaan en geen beroep aangetekend.

Wat is het resultaat?

Ondanks de vernieuwde Gedragscode SMS-Dienstverlening zijn er nog steeds extra inspanningen nodig om een eind te maken aan malafide praktijken in deze branche. Het is een markt die voortdurend in beweging is: aanbieders bedenken steeds nieuwe diensten in nieuwe verschijningsvormen en er komen steeds nieuwe, jonge consumenten. Mede op basis van alle signalen en input vanuit de Consumentenautoriteit onderkent het ministerie van Economische Zaken de problemen en wordt druk op de sector uitgeoefend om nu echt tot gedragsverandering te komen. Daarnaast komen er extra regels om consumenten te beschermen. Maar dan nog blijft streng toezicht nodig. Vandaar dat de Consumentenautoriteit sms-diensten opnieuw heeft geagendeerd voor 2010, binnen het thema 'oneerlijke handelspraktijken online'.

SRC

Naar aanleiding van eerder ingediende klachten van de Consumentenautoriteit zijn drie beroepszaken van aanbieders van sms-diensten door het College van Beroep van de Stichting Reclame Code beoordeeld. Het College van Beroep oordeelde evenals de Reclame Code Commissie dat sprake was van misleidende reclame.

Telemarketing

Wat is het probleem?

Telemarketing of telefonische verkoop is op zichzelf een legitieme verkoopmethode, maar in de praktijk houdt een aantal telefonische verkopers zich onvoldoende aan de wettelijke regels voor koop op afstand en de nieuwe regels inzake oneerlijke handelspraktijken. Veel consumenten klagen over de opdringerige, agressieve benadering aan de telefoon. Ook blijkt de informatie die de consument krijgt soms onvolledig of onjuist. Hierdoor kan er sprake zijn van misleiding. Het is consumenten bovendien niet altijd duidelijk dat het telefoongesprek een commercieel doel heeft. Uit onderzoek van de Consumentenautoriteit in 2008 naar oneerlijke handelspraktijken in Nederland blijkt dat consumenten aanzienlijke financiële schade lijden als gevolg van agressieve en misleidende telemarketing.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

Wetgeving en zelfregulering

In het najaar van 2009 is nieuwe telecommunicatiewetgeving in werking getreden. Het gaat hierbij onder andere om regels voor het Bel-me-niet register, waarmee een initiatief van zelfregulering in wetgeving is vastgelegd. Hier kunnen consumenten zich registreren die niet willen worden benaderd door telefonische verkopers. Verkopers moeten dit register raadplegen, voordat zij telemarketing inzetten. Hoewel telefonische verkoop hierdoor minder aantrekkelijk wordt, blijft het wel mogelijk. Consumenten moeten er daarom op kunnen vertrouwen dat als zij gebeld worden, dit volgens de regels gebeurt. De OPTA houdt toezicht op de naleving van het Bel-me-niet register en kan boetes opleggen aan overtreders.

Naast het register zijn er andere initiatieven voor zelfregulering, zoals de Code Telemarketing. De Consumentenautoriteit is in 2009 met verschillende betrokken partijen in de branche in gesprek

gegaan over mogelijkheden tot verbetering van telemarketinggesprekken en over de herziening van de Code Telemarketing. Naleving van de code levert echter nog onvoldoende onderscheidend vermogen op van aangesloten organisaties. In het najaar 2009 is de branche gestart met herziening van de code.

Daarnaast is de Consumentenautoriteit een onderzoek gestart naar de Nederlandse Energiemaatschappij (NL Energie). Dit onderzoek kwam in de zomer van 2009 naar buiten na een bedrijfsbezoek samen met de OPTA. De signalen die de toezichhouders ontvingen, wezen erop dat NL Energie mogelijk op een misleidende en/of agressieve manier consumenten per telefoon benadert om klant te worden. Consumenten gaven ook aan dat zij ongewild een overeenkomst voor levering van energie hadden afgesloten. Of er sprake is van een overtreding en zo ja, welke sanctie wordt opgelegd, zal in 2010 worden bekendgemaakt.

Handhaving

In het eerste kwartaal van 2009 heeft de Consumentenautoriteit twee boetes opgelegd aan bedrijven die de regels overtraden met het gebruik van telemarketing. Daarnaast is het bezwaar behandeld van een bedrijf dat eerder was beboet voor het overtreden van deze regels.

Tele2

Tele2 maakte gebruik van externe callcenters die op grote schaal bestaande klanten van het bedrijf benaderden met het aanbod voor een vastnetabonnement. Na onderzoek heeft de Consumentenautoriteit geconcludeerd dat Tele2 aan het begin van het telefoongesprek niet duidelijk aangaf, dat zij belde met de intentie om een aanbod te doen voor een vastnetabonnement. Ook werd de consument tijdens het gesprek niet altijd voldoende of tijdig geïnformeerd over de kosten van het vastnetabonnement, de wijze van betaling, de minimale duur van de overeenkomst en de bedenktijd. Ook schoot Tele2 tekort door de bedenktijd niet correct te vermelden in de bevestigingsbrief die de consument later ontving. Hierdoor wordt de consument



Informatie niet
altijd volledig

ernstig in zijn rechten beknot. Voor deze overtredingen zijn boetes opgelegd van in totaal 70.000 euro. Tele2 is in bezwaar gegaan tegen deze uitspraak. Het bezwaar van Tele2 is deels gegrond verklaard, wat heeft geleid tot een aangescherpte motivering, deels ongegrond verklaard. Tele2 heeft geen beroep ingesteld.

KPN

Daarnaast heeft de Consumentenautoriteit onderzoek gedaan naar de informatie die KPN aan consumenten verstrekt over de bedenktijd bij het aangaan van een contract dat via de telefoon tot stand is gekomen. Uit dit onderzoek bleek dat KPN in brieven aan consumenten de aanvang van de bedenktijd niet juist vermeldde. Hiervoor legde de Consumentenautoriteit KPN een boete op van 9.500 euro. KPN heeft zijn informatie voor consumenten gecorrigeerd.

Bezwaar Pretium Telecom B.V.

Pretium Telecom (hierna Pretium) heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit uit 2008. De Consumentenautoriteit beboette het bedrijf voor vier overtredingen van

Voorlichting

In het kader van 'Fraud Prevention Month', een initiatief van the International Consumer Protection and Enforcement Network (ICPEN), heeft de Consumentenautoriteit in maart 2009 een voorlichtingscampagne gevoerd over 'Telemarketing en ouderen'. Hieraan is extra aandacht besteed op de website van ConsuWijzer met speciale informatiepagina's. Ook konden consumenten via ConsuWijzer de nieuw ontwikkelde 'Tele-Checklist' aanvragen. Deze checklist helpt consumenten om een goed gesprek te voeren en goed geïnformeerd eventueel een aankoopbeslissing te nemen. Ten slotte was er een publiciteitstraject over dit onderwerp om, in aanvulling op de reguliere persactiviteiten van Consumentenautoriteit, zoveel mogelijk aandacht voor dit onderwerp te krijgen van de media die zich richten op deze doelgroep.

telemarketingregels uit het Burgerlijk Wetboek (Wet koop op afstand). Hiervoor kreeg het bedrijf een boete opgelegd van 87.000 euro en drie lasten onder dwangsom van maximaal 100.000 euro per dwangsom. Het bezwaar van Pretium is deels gegrond en deels ongegrond verklaard. De boete is verlaagd naar 81.600 euro. Pretium is eveneens in bezwaar gegaan tegen openbaarmaking van de sanctie van de Consumentenautoriteit, maar dit bezwaar is ongegrond verklaard. Pretium heeft tegen beide beslissingen beroep ingesteld bij de Rechtbank Rotterdam. Uitspraak wordt verwacht in 2010. Met betrekking tot de opgelegde lasten onder dwangsom heeft de Consumentenautoriteit in het voorjaar van 2009 nacontroles gehouden. Hierbij bleek dat Pretium niet alle lasten naleefde. De Consumentenautoriteit heeft daarom vastgesteld dat die opgelegde lasten zijn verbeurd en is overgegaan tot invordering ervan. In reactie hierop heeft Pretium de civiele rechter ingeschakeld. Ook van deze zaak wordt de uitspraak in 2010 verwacht.

Wat is het resultaat?

Op ConsuWijzer is nu veel toegankelijke informatie te vinden over telemarketing. Hierdoor weten consumenten beter aan welke regels telemarketing moet voldoen en zijn zij weerbaarder in telemarketing-gesprekken. ConsuWijzer wordt op dit onderwerp ook goed gevonden, met een hoogtepunt aan bezoeken in oktober 2009, toen het Bel-me-niet register werd ingesteld. De boetes die de Consumentenautoriteit heeft opgelegd hebben het nodige effect gehad in de branche. Door de besluiten van de Consumentenautoriteit zijn bedrijven gewezen op de regels voor het gebruik van telemarketing. Ook het onderzoek naar NL Energie en het gezamenlijk met de OPTA afgelegde bedrijfsbezoek aan het bedrijf, gaven een stevig signaal af. Enerzijds werkt de telemarketingbranche aan verbeteringen, bijvoorbeeld door herziening van de gedragscode telemarketing. Anderzijds is er een beweging te zien naar het gebruik van andere verkoopkanalen, zoals verkoop aan de deur.

Garantie en conformiteit

Wat is het probleem?

Nog steeds gaan de meeste vragen en klachten bij ConsuWijzer over garantie en conformiteit. In 2009 ontving ConsuWijzer hierover 16.000 meldingen. Het gaat hier bij uitstek om een onderwerp van de lange adem. Problemen doen zich vooral voor na afloop van de fabrieksgarantie, wanneer er tussen klant en verkoper discussie ontstaat over wie de (vaak hoge) reparatiekosten moet betalen. Omdat aanbieders de wettelijke regels voor garantie en conformiteit niet altijd naleven, krijgen consumenten geregeld te maken met onnodige kosten.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

Onderzoek naar garantie bijkopen

De Consumentenautoriteit heeft onderzoek gedaan naar garantiebijkopen-producten in de elektronica-branche bij zes ondernemingen met samen ruim 180 vestigingen. Hieruit blijkt dat het bijkopen van garantie in de praktijk niet veel extra's biedt bovenop de wettelijke rechten van de consument. Bovendien blijken ondernemingen de mogelijkheid tot het bijkopen van garantie actief aan te bieden in het verkoopgesprek, maar informeren zij de consument niet altijd volledig en juist over wat de bijgekochte garantie biedt in vergelijking tot de rechten die de consument al heeft. Het gevolg daarvan kan zijn, dat consumenten op onjuiste gronden garantie bijkopen. Tegen individuele bedrijven die de regels overtreden, wordt rapport opgemaakt. Dit kan in 2010 tot sancties leiden.

Benelux-onderzoek

Mede naar aanleiding van het eerdere, succesvolle Benelux-onderzoek naar de algemene voorwaarden in de meubelbranche in 2008, is in 2009 opnieuw een gezamenlijk onderzoek gestart. Dit richt zich op de wijze waarop bedrijven die consumentenelektronica verkopen bijvoorbeeld in hun algemene voorwaarden communiceren over de regels voor

Computerketens passen gedrag aan

garantie en conformiteit en hoe ze die toepassen. Het gemeenschappelijke element voor het onderzoek in de drie landen bestaat uit een controle van de algemene verkoopvoorwaarden, de websites en eventueel brochures en folders over de regels voor garantie en conformiteit. Consumentenelektronica wordt hierbij ruim opgevat, zodat ook winkels die (alleen) mobiele telefoons verkopen of winkels met een breed assortiment consumentenelektronica, worden meegenomen in het onderzoek. De uitkomsten worden in 2010 bekendgemaakt.

Toegevingen Paradigit en Computerland

Na de toezegging van Dynabyte in 2008, dat het bedrijf zich voortaan houdt aan de regels voor garantie en conformiteit, deden in 2009 twee andere computerketens dezelfde toezegging: Paradigit en Computerland. De twee bedrijven hebben respectievelijk 21 en 15 computerwinkels in Nederland. De Consumentenautoriteit heeft onderzoek gedaan naar deze bedrijven op basis van vragen en klachten bij ConsuWijzer. Hieruit bleek dat de informatie van de bedrijven op hun website, de algemene voorwaarden, het instructiemateriaal en de praktijk in de winkel niet in overeenstemming waren met de wettelijke regels op het gebied van garantie en conformiteit en oneerlijke handelspraktijken.

In de toezeggingen aan de Consumentenautoriteit is onder meer vastgelegd dat de bedrijven erkennen dat zij zelf het eerste aanspreekpunt zijn voor consumenten die een product hebben gekocht dat niet deugt. Ook is vastgelegd dat Paradigit en Computerland zullen zorgen voor herstel of vervanging van het product binnen een redelijke termijn, ongeacht het beleid van de fabrikant. Gaat het product binnen twee jaar na aankoop kapot en is het normaal gebruikt, dan zal Paradigit of Computerland het kosteloos herstellen of vervangen.

Consumenten
onder druk gezet

Verkoopdemonstraties

Wat is het probleem?

Soms voelen consumenten zich na een wervende presentatie over een product of dienst tijdens een uitstapje onder druk gezet om een aankoop te doen. Klachten bij ConsuWijzer over verkoopdemonstraties gaan met name over de indringende en agressieve wijze van presenteren of demonstreren, waardoor (veelal oudere) consumenten aan een koopovereenkomst vastzitten voordat ze er erg in hebben. Ook blijkt de informatie over de kenmerken van het product of dienst soms gebrekkig en worden consumenten niet goed geïnformeerd over hun rechten. Zo nemen verkopers de 'afkoelingsperiode' van acht dagen niet altijd in acht die geldt volgens de Colportagewet.

Een ander voorbeeld van een verkoopmethode waar veel consumenten door gedupeerd worden, zijn de malafide verkooppraktijken voor lidmaatschappen van vakantieclubs. In het buitenland worden naar schatting jaarlijks zo'n 165.000 Nederlanders hiervan slachtoffer. Dit gebeurt vooral op populaire bestemmingen als Griekenland en Spanje. Een lidmaatschap geeft iemand toegang tot een speciaal reserveringssysteem waar hij 'goedkope' vakanties kan boeken. Vakantiegangers worden vaak op straat benaderd en uitgenodigd voor een informatiebijeenkomst. Daar proberen de verkopers de consument het contract te laten tekenen en een aanbetaling te laten doen. Vakantiegangers die ter plekke ingaan op het lidmaatschap doen dat meestal onder druk van de verkoper. Eenmaal thuis blijkt het aanbod vaak veel minder mooi dan voorgespiegeld.

Deze verkooppraktijken kunnen een voorbeeld zijn van agressieve handelspraktijken, omdat de consument onder druk mogelijk een aankoop doet of zijn handtekening zet onder een contract, terwijl hij dat anders wellicht niet had gedaan.

Ook na die periode van twee jaar heeft de consument nog steeds recht op een deugdelijk product. Ook hierover zijn afspraken vastgelegd in de toezegging. Bovendien hebben Paradigit en Computerland beloofd aan consumenten geen onjuiste informatie te geven over hun recht op kosteloos herstel of vervanging. De Consumentenautoriteit controleert de naleving van de gedane toezeggingen.

E-learning module

De e-learning module 'Gegarandeerd Goed' die de Consumentenautoriteit samen met het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD) heeft ontwikkeld, is in de zomer van 2009 gelanceerd. De module is bedoeld voor werkgevers en werknemers in de detailhandel en voor leerlingen detailhandel op het vmbo en mbo. Het gaat om een training met behulp van de computer over de belangrijkste garantieregels. Wie alle examenvragen goed beantwoordt, ontvangt een certificaat van het HBD. Er is veel vraag naar de module en er zijn al ruim 500 certificaten uitgereikt. De deelname is laagdrempelig: de module is gratis te benaderen via de website van het HBD.

Wat is het resultaat?

In 2009 zijn er 36 computerzaken bij gekomen waar het wettelijk recht van de consument op een goed product wordt gerespecteerd en waar de consument op de juiste wijze hierover wordt geïnformeerd. In de onderzoeken naar het bijkopen van garantie zal de Consumentenautoriteit in 2010 handhavingmaatregelen bekendmaken.

Naar aanleiding van het Benelux-onderzoek bij elektronicaondernemingen naar het nut van garantie bijkopen, zal medio 2010 blijken of de Consumentenautoriteit handhavend gaat optreden.

Via de e-learning module voor de detailhandel is de kennis over de regels omtrent garantie verbeterd bij ondernemers en medewerkers in de detailhandel. Gezien de belangstelling voor de module, zal de kennis nog verder toenemen.

Voorlichting
aan
ondernemers

Resultaten

HBD Hoofdbedrijfschap Detailhandel

GEGARANDEERD GOED

WAT BETEKENT...*

NON CONFORM PRODUCT

NIET BRUIKBAAR PRODUCT

ONDEUGDELIJK PRODUCT

GARANTIE

WAARBORG

RECHT OP VERVANGING



* KLIK MET JUISTE ANTWOORD AAN

VERDER >

consumentenautoriteit

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

De Consumentenautoriteit heeft binnen dit aandachtsgebied op basis van haar onderzoek naar oneerlijke handelspraktijken in 2008 gekozen voor twee speerpunten:

- uitstapjes waarbij de deelnemers een verkoopdemonstratie krijgen van bijvoorbeeld huishoudelijke producten, gezondheidsproducten, beddengoed of matrassen;
- presentaties voor een lidmaatschap van of investering in een 'vakantieclub' of timeshare project.

De Consumentenautoriteit heeft beide handelspraktijken verkend. Uit haar onderzoek naar oneerlijke handelspraktijken in 2008 bleek dat de schade die consumenten lijden door deze praktijken aanzienlijk is, maar toch was de hoeveelheid klachten relatief laag. Om een scherp beeld te krijgen van de problematiek en om afspraken te maken over het delen van signalen heeft de Consumentenautoriteit met veel partijen gesproken, zoals brancheorganisaties, media en buitenlandse toezichthouders. Om meer signalen van consumenten te krijgen, heeft de Consumentenautoriteit op ConsuWijzer over beide onderwerpen aparte items geplaatst onder de rubriek 'uitgelicht'.

Op deze manier heeft de Consumentenautoriteit zich een goed beeld kunnen vormen van de praktijk rondom de verkoopdemonstraties en de belangrijkste spelers op dit gebied. Dit heeft geleid tot verschillende toezichtsonderzoeken, waaruit in 2010 handhavingsmaatregelen kunnen voortvloeien. In twee zaken rondom vakantieclubs heeft de Consumentenautoriteit begin 2010 een verzoek gedaan aan de toezichthouder in Spanje om handhavend op te treden.

Over de activiteiten op het gebied van vakantieclubs en timeshare projecten is medio 2009 een free publicity campagne opgezet om consumenten te waarschuwen voor deze praktijken en om hen op te roepen hiervan melding te maken bij ConsuWijzer. Deze campagne heeft veel aandacht gekregen in de media.

Eind 2009 is de Consumentenautoriteit opnieuw een free publicity campagne gestart, nu om consumenten te waarschuwen voor uitstapjes met een verkoopdoel en hen te stimuleren hun klachten te melden.

Wat is het resultaat?

De Consumentenautoriteit heeft de aard en omvang van de problematiek rondom verkooppraktijken voor vakantieclubs, timeshare projecten en verkoopdemonstraties tijdens busreisjes in kaart gebracht. Er lopen diverse onderzoeken naar bedrijven die op deze terreinen actief zijn, deels in samenwerking met buitenlandse toezichthouders.

Door de publiciteitsacties is bij het brede publiek meer bekend geworden over de negatieve kanten van de vakantieclubs en de verkoopdemonstraties tijdens busreisjes. Op ConsuWijzer kunnen consumenten informatie vinden over hun rechten als zij geconfronteerd zijn met dit soort praktijken. Hierdoor kunnen zij te weten komen aan welke spelregels verkopers zich moeten houden en hoe ze zelf kunnen handelen. Dit maakt hen weerbaarder. De resultaten van de handhaving door de Consumentenautoriteit komen in 2010 naar buiten.

Campagne om consumenten te waarschuwen

Consumenten misleid op vakantie



Zaken buiten de Agenda

Nationale zaken

Onderzoek naar Fotosessie.com

Fotosessie.com biedt fotoshoots aan en legt het resultaat daarvan vast op een digitale drager. Dit gebeurt door met name jonge consumenten via netwerksites gericht te benaderen met de mededeling dat ze geselecteerd zijn en een prijs hebben gewonnen of dat ze auditie kunnen doen via de website van Fotosessie.com. Het bedrijf richt zich in haar marketingactiviteiten vooral op jongeren en verbindt daarbij de aangeboden fotoshoot met eventueel een carrière als model. Uit klachten en meldingen bij ConsuWijzer bleek dat Fotosessie.com mogelijk in overtreding was. De Consumentenautoriteit heeft onderzoek gedaan naar de handelspraktijken van het bedrijf. Dit heeft geleid tot een rapport waarin overtredingen van Fotosessie.com zijn geconstateerd op het gebied van algemene voorwaarden, de informatieverplichtingen bij koop op afstand en oneerlijke handelspraktijken. Begin 2010 is een boete opgelegd van 100.000 euro.

Reisorganisaties voor de rechter

Naar aanleiding van het aandachtgebied 'Garantstelling reisbranche' in 2008 heeft de Consumentenautoriteit begin 2009 een eerste verzoekschrift ingediend bij de rechter om een reisorganisator te bewegen aan de wettelijke eisen voor reisgarantie te voldoen. De uitspraak van de rechter bekrachtigde het verzoek van de Consumentenautoriteit. De reisorganisatie heeft een termijn gekregen waarbinnen zij alsnog kan voldoen aan de wettelijke eisen. Voldoet het bedrijf niet aan deze verplichting, dan moet het dwangsommen betalen tot een maximum van 100.000 euro. De Consumentenautoriteit heeft ook voor tien andere reisorganisatoren verzoekschriften ingediend bij de rechter. De uitspraken worden begin 2010 verwacht.

Doorverkoop tickets

Naar aanleiding van klachten van consumenten bij ConsuWijzer heeft de Consumentenautoriteit in 2009 de websites gecontroleerd van bedrijven die toegangskaartjes voor concerten en evenementen via internet doorverkopen. De controle richtte zich op de juistheid en volledigheid van de informatieverstrekking aan consumenten. Naar aanleiding van het onderzoek heeft de Consumentenautoriteit de betrokken bedrijven in september 2009 een brief gestuurd met een toelichting op de wettelijke verplichtingen voor dit soort websites en een aankondiging dat zij de naleving van deze wettelijke verplichtingen zal controleren. Ook bij de per 1 juli 2009 opgerichte branchevereniging voor wederverkopers van toegangskaartjes (EUSTA) heeft de Consumentenautoriteit haar eisen voor websites van wederverkopers neergelegd. De branchevereniging heeft een gedragscode opgesteld voor haar aangesloten leden die geldt per 1 januari 2010.

Als bij de controle van de websites blijkt dat bedrijven niet aan alle verplichtingen voldoen, kan de Consumentenautoriteit rapport opmaken. Dit kan leiden tot het opleggen van een boete en/of een last onder dwangsom. Inmiddels is geconstateerd dat op een aantal websites waarop toegangskaartjes worden doorverkocht, mogelijk overtredingen plaatsvinden. Er is een begin gemaakt met het optreden tegen de betrokken ondernemingen. Zij hebben een termijn gekregen om hun website op orde te brengen.

De controle van de (overige) websites zal in 2010 worden voortgezet. Online doorverkoop van tickets is een van de onderwerpen binnen het thema 'oneerlijke handelspraktijken online' op de Agenda 2010.

Bezwaar UPC Nederland B.V.

In 2008 legde de Consumentenautoriteit aan UPC Nederland een boete op van in totaal 303.000 euro voor de wijze waarop het bedrijf in 2007 via colportage en telefonische verkoop abonnementen op digitale televisie aanbod. Hierbij overtrad UPC

de Colportagewet. Daarnaast moest UPC onder last van een dwangsom van 1.000 euro per dag voortaan aan het begin van elk telemarketinggesprek duidelijk het commerciële doel van het gesprek mededelen. UPC heeft bezwaar gemaakt tegen het besluit van de Consumentenautoriteit, maar de bezwaren van UPC zijn in 2009 afgewezen. Op één onderdeel van het bezwaar - de vermelding van de identiteit van colporteurs bij verkoopgesprekken aan de deur - heeft de Consumentenautoriteit nader gemotiveerd waarom zij toch van mening is dat er een overtreding van de Colportagewet heeft plaatsgevonden. UPC is tegen de beslissing op bezwaar in beroep gegaan bij de rechter. De behandeling dient naar verwachting begin 2010.

Bezwaar PostGarant B.V.

In 2008 heeft de Consumentenautoriteit vastgesteld dat PostGarant verschillende informatieverplichtingen die gelden voor internetaanbieders niet heeft nageleefd en dat het bedrijf ongevraagd vervolgzendingen aan consumenten toezond. De Consumentenautoriteit heeft aan PostGarant - voorheen Fitanova - voor deze overtredingen boetes opgelegd van totaal 130.000 euro. Daarnaast moest het bedrijf, op straffe van een dwangsom, de informatie voor consumenten op zijn website verbeteren en in de toekomst afzien van het ongevraagd toezenden van producten. Het bezwaar van PostGarant tegen het besluit van de Consumentenautoriteit is grotendeels afgewezen; de boete is op basis van de ingebrachte feiten verlaagd met 10.000 euro. PostGarant is tegen deze uitspraak in beroep gegaan. De behandeling hiervan vond plaats in 2009. Naar verwachting zal de rechter begin 2010 uitspraak doen.

Boete Keukenkampioen en Keukenconcurrent

De Consumentenautoriteit heeft Keukenkampioen en Keukenconcurrent elk een boete opgelegd van 110.000 euro. Ook kregen de bedrijven elk een last onder dwangsom van 5.000 euro per dag, met een maximum van 200.000 euro. Beide bedrijven zijn aangesloten bij de Centrale Branchevereniging Wonen (CBW) en zijn verplicht de algemene voor-

waarden over betaling en aanbeting van de CBW te hanteren. Doen zij dit niet dan overtreden zij de Wet oneerlijke handelspraktijken.

Keukenkampioen en Keukenconcurrent handelden in strijd met deze voorwaarden, waarin staat dat bij de aankoop van een keuken maximaal 15 procent aanbeting mag worden gevraagd. De rest van het aankoopbedrag kan de consument betalen bij aflevering van de keuken. Deze 15 procent valt onder de CBW-garantieregeling. Dit houdt in dat de consument, als de winkel failliet gaat, bij een andere CBW-erkende winkel een vervangende overeenkomst kan afsluiten zonder een nieuwe aanbeting te hoeven doen.

Keukenkampioen en Keukenconcurrent vroegen echter 12 tot 5 dagen voor de levering de volledige betaling van de keuken. Hierdoor liep de consument een financieel risico. Als de bedrijven tussen de betaling van de totale koopsom en de levering in de financiële problemen komen, is de consument dus 85 procent van de betaalde koopsom kwijt. Het vragen van volledige betaling 12 tot 5 dagen vóór de aflevering van de keuken is bovendien in strijd met de CBW-voorwaarde dat pas bij aflevering betaald hoeft te worden.

Keukenkampioen en Keukenconcurrent hebben toegezegd dat zij de standaard orderformulieren op het punt van de betaling zullen aanpassen. Zij hebben wel bezwaar gemaakt tegen het besluit van de Consumentenautoriteit, omdat zij het principiële niet eens zijn met de uitleg van de Consumentenautoriteit van de CBW-voorwaarden.

Overige zaken

Naast de hiervoor genoemde zaken heeft de Consumentenautoriteit een aantal, zowel civielrechtelijke als bestuursrechtelijke, procedures gevoerd over verzoeken om openbaarmaking, al dan niet op grond van de Wet openbaarheid van bestuur.

Internationale zaken

Internationale zaken vragen veel inzet en capaciteit van de Consumentenautoriteit. 42 procent van de in 2009 gestarte onderzoeken vloeide voort uit een informatie- of handhavingsverzoek. Daarnaast is de Consumentenautoriteit actief betrokken bij allerlei internationale activiteiten met als doel de samenwerking tussen Europese lidstaten en landen buiten de EU bij grensoverschrijdende inbreuken op het consumentenrecht te optimaliseren. Daarom benoemt de Consumentenautoriteit haar taken als internationaal opererende toezichthouder expliciet als thema voor de Agenda 2010-2011.

Europese verzoeken

Ontvangen

- 31 alerts
- 28 handhavingsverzoeken
- 20 informatieverzoeken

Verstuurd

- 1 alert
- 1 handhavingsverzoeken
- 23 informatieverzoeken

Afgehandeld

- 18 handhavingsverzoeken
- 30 informatieverzoeken

(incl. overgebleven verzoeken uit 2008)

samenwerking tussen Europese lidstaten en landen buiten de EU bij grensoverschrijdende inbreuken op het consumentenrecht te optimaliseren. Daarom benoemt de Consumentenautoriteit haar taken als internationaal opererende toezichthouder expliciet als thema voor de Agenda 2010-2011.

Europese samenwerking

Na een aanloopfase is de samenwerking binnen het Europese netwerk CPC (Consumer Protection Cooperation) goed op gang gekomen. Sinds begin 2007 zijn al ruim 800 verzoeken om bijstand (informatievervalsing c.q. handhavend optreden) uitgewisseld.

De Consumentenautoriteit was ook in 2009 koploper binnen Europa wat betreft het aantal ontvangen verzoeken om bijstand, gevolgd door Frankrijk en Engeland. De verklaring hiervoor is het grote aantal verzoeken dat de Consumentenautoriteit uit België ontvangt.

Consumententoezichthouders uit andere Europese lidstaten deden in 2009 79 maal een beroep op de Consumentenautoriteit. Het ging om:

- 31 'alerts'. Een alert is een signaal/melding van de ene toezichthouder aan de andere over een lopend onderzoek dat mogelijk gevolgen heeft voor de andere toezichthouder. De alerts hadden onder meer betrekking op misleidende sms-diensten, prijsaanduidingen van vliegtickets en het niet naleven van informatieverplichtingen door webwinkels uit diverse branches.
- 28 handhavingsverzoeken, met name vanwege het niet naleven van de informatieverplichtingen door sms-dienstenaanbieders en overige aanbieders van producten en diensten via internet.
- 20 informatieverzoeken, vooral om na te gaan of bepaalde ondernemers die een Nederlandse postbus als postadres gebruiken daadwerkelijk in Nederland gevestigd zijn en wat hun betrokkenheid is bij misleidende praktijken in de verzokende lidstaat.

De Consumentenautoriteit heeft in 2009 in totaal 30 informatie- en 18 handhavingsverzoeken afgehandeld (de getallen zijn inclusief de uit 2008 overgebleven verzoeken).

Vanuit Nederland zijn via de Consumentenautoriteit 24 zaken verstuurd naar andere lidstaten: 23 informatieverzoeken en 1 handhavingsverzoek. Het handhavingsverzoek heeft betrekking op een buitenlandse webwinkel die zich in Nederland niet aan de e-commerce regels houdt en daarmee Nederlandse consumenten schade berokkent. Een aantal informatieverzoeken is gestuurd in nationale onderzoeken inzake inbreuken waarbij mogelijk ook buitenlandse ondernemers betrokken zijn. Daarnaast zijn er verzoeken gestuurd naar andere lidstaten om te inventariseren of gezamenlijk optreden gewenst is tegen een grote internationaal opererende onderneming die zich stelselmatig niet aan de regels voor consumentenbescherming houdt.

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 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).

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 betreffen in de berekeningen zowel grensoverschrijdende als nationale zaken.

De volgende categorieën van administratieve lasten, met bijbehorende bedragen, werden in de berekening onderscheiden:

1 Lasten veroorzaakt door uitoefening van toezichts- en handhavingsverzoeken door de Consumentenautoriteit

In 2009 heeft de Consumentenautoriteit 115 onderzoeken afgerond wegens (mogelijke) nationale en grensoverschrijdende inbreuken. Dit is iets meer dan de 95 die uitgangspunt waren in de berekening bij de totstandkoming van de Whc. Dit heeft geleid tot enige toename van administratieve lasten in 2009. Daarbij moet worden bedacht dat het hier niet gaat om lasten die voortvloeien uit het feit dat aan bedrijven een generieke informatie- of vergunningsplicht wordt opgelegd, maar om toezichtlasten die uitsluitend voortvloeien uit onderzoeken naar mogelijke overtredingen.

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 2009 heeft de Consumentenautoriteit in twee zaken de ingediende bezwaren gedeeltelijk gegrond verklaard. Hiermee zijn enige administratieve lasten gemoeid geweest. Deze waren echter veel minder dan waarmee bij de totstandkoming van de Whc rekening is gehouden.

De Consumentenautoriteit in cijfers

Toezicht

Nationaal

Onderzoeken gestart in 2008 en voortgezet in 2009	50
Onderzoeken gestart in 2009	65
Beëindiging onderzoeken i.v.m. geen /onvoldoende ernst inbreuk	21
Beëindiging onderzoeken i.v.m. beëindiging inbreuk na optreden CA	25
Rapporten	4
Ingediende voorschriften	14
Totaal aantal afgeronde nationale onderzoeken	67

Internationaal

Alerts ontvangen in 2009 van EU-lidstaten	31
Alerts verzonden in 2009 door Nederland	1
Handhavingsverzoeken ontvangen in 2008 en voortgezet in 2009	15
Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2009	28
Afgehandelde handhavingsverzoeken van EU-lidstaten door CA	18
Verzonden handhavingsverzoeken door CA	1
Informatieverzoeken ontvangen in 2008 en voortgezet in 2009	10
Informatieverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2009	20
Afgehandelde Informatieverzoeken van EU-lidstaten	30
Verzonden informatieverzoeken door CA	23
Totaal aantal afgeronde internationale onderzoeken	48

Handhaving

Toezeggingen	3
Sanctiebesluiten	5
Besluiten op bezwaar na advies Bezwaar Advies Commissie	4
Overig besluiten op bezwaar	3
Uitspraken verzoekschriftprocedures	3
Vonnis kort geding	1
Uitspraken hoger beroep RCC van de SRC	3
WOB-besluiten	1
Uitspraak Raad van State	1

ConsuWijzer in cijfers

telefoongesprekken	75.000
e-mails	30.000
brieven	2.000
websitebezoeken	2.000.000

Downloads

voorbeeldbrieven	328.000
klachtenformulieren	27.500
Tele-Checklists	18.000
vergelijkingen EnergieWijzer	203.000

Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten

Grondslag	2009
Colportage	
Elektronische handel	15
Garantie	
Koop op afstand	1
Timesharing	
Misleidende reclame	3
Oneerlijke bedingen	
Pakketreizen	
Prijsaanduiding	
OHP	9
Totaal	28

Informatieverzoeken van EU-lidstaten

Grondslag	2009
Colportage	
Elektronische handel	1
Garantie	
Koop op afstand	
Timesharing	
Misleidende reclame	5
Oneerlijke bedingen	2
Pakketreizen	
Prijsaanduiding	
OHP	12
Totaal	20

Handhavingsverzoeken CA aan andere EU-lidstaten

Grondslag	2009
Colportage	
Elektronische handel	
Garantie	
Koop op afstand	
Timesharing	
Misleidende reclame	
Oneerlijke bedingen	1
Pakketreizen	
Prijsaanduiding	
OHP	
Totaal	1

Informatieverzoeken CA aan andere EU-lidstaten

Grondslag	2009
Colportage	2
Elektronische handel	
Garantie	
Koop op afstand	
Timesharing	
Misleidende reclame	
Oneerlijke bedingen	19
Pakketreizen	
Prijsaanduiding	2
OHP	
Totaal	23

Colofon

Uitgave

Consumentenautoriteit
Bezoekadres: Wijnhaven 24
Postbus 16759
2500 BT Den Haag
Telefoon: 070 330 59 79
Fax: 070 330 59 89
E-mail: info@consumentenautoriteit.nl
www.consumentenautoriteit.nl

ConsuWijzer

Informatielijn voor consumenten: (088) 070 70 70
www.consuwijzer.nl

Tekst

Walstra tekst en advies

Redactie

Consumentenautoriteit

Fotografie

Hans Oostrum Fotografie

Art direction en vormgeving

Rooduijn communicatie & design

Druk

Vijfkeerblauw



consumentenautoriteit