



Terugblik 2008

Handhaven en
informereren

Resultaten



consumentenautoriteit







Inhoudsopgave

Voorwoord	4
Handhaven en informeren	6
Versterken van de positie van de consument	6
- ConsuWijzer	6
Samenspel met andere partijen	6
- Stichting Reclame Code	7
- Andere toezichthouders	7
- Internationale samenwerking	7
Juridische ontwikkelingen	9
- Informatieverstrekking aan consumenten	9
- Boetemaximum	9
- Wet oneerlijke handelspraktijken	9
Resultaten	10
ConsuWijzer	10
Toezicht en handhaving	12
Agenda 2008	13
- Algemene voorwaarden	13
- Garantstelling reisbranche	14
- SMS-diensten	17
- Garantie en conformiteit	19
- Oneerlijke handelspraktijken	20
Zaken buiten de Agenda	23
- Nationale zaken	23
- Internationale zaken	24
De Consumentenautoriteit in cijfers	26
Administratieve lasten	28



Terugblik 2008

Er schort nog veel aan de naleving van consumentenrechten door bedrijven. Deze signalen zijn uiteraard niet van vandaag of gisteren. Maar als ConsuWijzer iets duidelijk heeft gemaakt in 2008, dan is het dat heel veel consumenten daarvan schade ondervinden. Het aantal bezoeken aan ConsuWijzer is in een jaar tijd verdubbeld naar ruim één miljoen. Mede dankzij de landelijke campagne voelen consumenten zich aangespoord om hun recht te halen en hun klachten te melden. ConsuWijzer is onmisbaar; het biedt de Consumentenautoriteit als toezichthouder een plaats op de eerste rij bij het signaleren van problemen waar consumenten tegenaan lopen.



C consuWijzer

- Internet, telefonie, kabel en post
- Energie
- Huis en tuin
- Vakantie en vrijetijdsbesteding
- Elektronica en huishoudelijke apparatuur
- Kleding en textiel

ConsuWijzer ontvangt nog steeds veel klachten over garantie en conformiteit. Consumenten ervaren echter niet alleen problemen op de winkelvloer. Steeds meer meldingen gaan over verkoop- en wervingsactiviteiten waarbij de technieken van deze tijd worden ingezet, zoals SMS, internet en telemarketing. Malafide bedrijven blijken hier buitengewoon snel en inventief. Zij schrikken er niet voor terug om hun uitingen in een iets gewijzigde, maar vaak eveneens misleidende vorm voort te zetten. Gezien het succes van de aanpak en de noodzaak van de lange adem ziet de Consumentenautoriteit voldoende reden om zowel garantie en conformiteit als SMS-diensten opnieuw tot aandachtsgebieden te benoemen voor 2009.

Het beeld dat ConsuWijzer verschaft, is helaas niet compleet. Dit hebben we geconcludeerd naar aanleiding van eigen onderzoek in 2008 naar oneerlijke handelspraktijken (OHP). Consumenten blijken sommige problemen niet eens te melden bij een officiële instantie, vaak uit schaamte of omdat ze denken dat er toch niets aan te doen is. Dit speelt met name bij agressieve en misleidende praktijken die zich buiten de openbaarheid afspelen. Een voorbeeld zijn verkoopdemonstraties, waarbij consumenten onder druk worden gezet iets te kopen of een overeenkomst aan te gaan. Het OHP-onderzoek heeft ons veel informatie opgeleverd, onder meer over de kwetsbaarheid van bepaalde groepen consumenten. Het levert ook nieuw huiswerk op. Twee onderwerpen uit het onderzoek staan als aandachtsgebied op de Agenda 2009: telemarketing en verkoopdemonstraties.

De Consumentenautoriteit is goed toegerust om overtredingen van bedrijven aan te pakken. Dit blijkt onder meer uit de resultaten van de aandachtsgebieden algemene voorwaarden en garantiestelling reisbranche. Ons onderzoek naar 'eenzijdige' algemene voorwaarden in de meubel- en keukenbranche wees uit dat alle onderzochte bedrijven hun algemene voorwaarden niet op orde hadden. De Consumentenautoriteit heeft de bedrijven een termijn gesteld om hun voorwaarden in overeenstemming te brengen met de wet. Dit zal naar verwachting in het voorjaar van 2009 het geval zijn. Ook het onderzoek naar en de aanpak van bedrijven in de reisbranche die hun garantiestelling niet goed hadden geregeld, kon in 2008 worden voltooid.



Bijna alle bedrijven die op dit punt in gebreke waren, hebben nu wel een afdoende regeling getroffen; tegen enkele bedrijven bereidt de Consumentenautoriteit een rechtszaak voor.

De Consumentenautoriteit heeft in 2008 vijf maal een sanctie opgelegd aan bedrijven die zich niet hielden aan de wettelijke regels. Het hoofdstuk 'De Consumentenautoriteit in cijfers' geeft meer cijfers over onderzoek en handhaving in 2008.

De inwerkingtreding van de *Wet oneerlijke handelspraktijken* in het najaar van 2008 betekent een verbreding van de juridische grondslag voor de aanpak van zaken. De Consumentenautoriteit kan nu nog slagvaardiger optreden, omdat de wet expliciet aangeeft welke praktijken oneerlijk zijn. Anders gezegd: het is makkelijker geworden om een oneerlijke handelspraktijk als misleidend of agressief aan te merken en te beboeten. Het hoge boetebedrag moet malafide bedrijven voldoende afschrikken. Aangezien dit een Europese richtlijn is, kunnen deze overtredingen gezamenlijk door de toezichthouders binnen Europa worden aangepakt. De onderlinge samenwerking in CPC-verband is in 2008 succesvol gebleken bij de aanpak van grensoverschrijdende overtredingen.

Deze terugblik laat zien hoe wij onze toezichts- en handhavingsinstrumenten hebben ingezet in 2008, het tweede jaar dat wij toezien op de naleving van de rechten van de consument. Ook in 2009 zullen wij alles in het werk stellen om deze belangrijke taak effectief te vervullen.

Marije Hulshof, De 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 landsgrens kunnen doen. De taken en bevoegdheden van de Consumentenautoriteit zijn vastgelegd in de *Wet handhaving consumentenbescherming (Whc).*

ConsuWijzer

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 en zelf informatie zoeken.

ConsuWijzer biedt de Consumentenautoriteit goed zicht op wat er in de markt speelt en vervult daarmee een belangrijke signaalfunctie. Dit informatie-loket van drie toezichthouders - de Consumentenautoriteit, de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) en de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA) - is organisatorisch ondergebracht bij de Consumentenautoriteit.

Samenspel met andere partijen

De Consumentenautoriteit werkt intensief samen met andere toezichthouders, maatschappelijke organisaties en zelfreguleringsinstanties. Met veel partijen hebben de Consumentenautoriteit en ConsuWijzer hierover afspraken gemaakt in samenwerkingprotocollen.

Bevoegdheden Consumentenautoriteit:

- *toezichtsonderzoek: vaststellen of regels worden overtreden*
- *bij overtredingen volgt:*
 - *een bestuursrechtelijk traject: de Consumentenautoriteit legt een boete en/of last onder dwangsom op*
 - *of een civielrechtelijk handhavingstraject: de Consumentenautoriteit verzoekt de rechter een uitspraak te doen*
- *bij minder ernstige overtredingen volstaat soms een waarschuwing*
- *onder bepaalde omstandigheden is het mogelijk dat een bedrijf een 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 overtredingen te beëindigen*
- *zaken waarin (mogelijk) ook sprake is van een strafrechtelijk delict worden overgedragen aan het Openbaar Ministerie*

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 (verslag over het afgelopen jaar) van de Consumentenautoriteit worden hier besproken.

Stichting Reclame Code

Klachten over misleidende reclame worden in principe eerst behandeld door de Stichting Reclame Code (SRC), al behoudt de Consumentenautoriteit zich het recht voor om ernstige vormen van misleidende reclame rechtstreeks aan te pakken.

De Consumentenautoriteit heeft in haar tweejarig bestaan negen klachten ingediend bij de SRC. Deze klachten zijn alle gegrond verklaard. Een uitspraak van de SRC leidt er in het merendeel van de gevallen toe dat een reclame-uiting wordt aangepast. Doet een adverteerder dit niet of is er sprake van recidive, dan kan de Consumentenautoriteit alsnog haar handhavende bevoegdheden inzetten. Dat is in 2008 niet gebeurd.

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 andere toezichthouders bevoegd zijn tot optreden, treedt de Consumentenautoriteit in beginsel niet op. Ook hiervoor bestaan samenwerkingsprotocollen. In 2008 werkte de Consumentenautoriteit nauw samen met de OPTA. Veel consumentenproblemen die vragen om toezicht en handhaving blijken zich voor te doen in de sector van elektronische communicatie. Ook met de AFM was de samenwerking in 2008 intensief vanwege de komst van de *Wet oneerlijke handelspraktijken*. Hierin is de Consumentenautoriteit aangewezen als generieke toezichthouder, de AFM als toezichthouder voor de financiële markt.

De Consumentenautoriteit heeft in 2008 samen met andere markttoezichthouders een intentieverklaring ondertekend tot oprichting van het 'Markttoezicht-houdersberaad'. Dit beraad, een initiatief van de NMa, vormt de basis voor een structurele en multilaterale samenwerking tussen de deelnemende markttoezichthouders – NMa, OPTA, NZa, AFM en Consumentenautoriteit – om tot meer uitwisseling van kennis, ervaring en informatie te komen op het gebied van markttoezicht. Dit vergroot de efficiency van het toezicht, waardoor toezichtlasten kunnen worden verminderd.

Internationale samenwerking

De Consumentenautoriteit heeft op internationaal niveau te maken met veel 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. Voor de coördinatie van dergelijke verzoeken in Nederland fungeert de Consumentenautoriteit als 'Verbindingsbureau'. De Europese samenwerking is begin 2007 van start gegaan en inmiddels goed op gang gekomen. Zo hebben medewerkers van de Consumentenautoriteit in 2008 geparticipeerd in een Europees project op het gebied van elektronische handel. Dit zal in 2009 leiden tot een instrument om consumenten voor te lichten over zaken waar zij op moeten letten bij aankopen via internet.

(zie verder 'Internationale Zaken' op pagina 24).

Partners in het Maatschappelijk Overleg:

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



Nieuwe
Europese richtlijn

Naast dit internationale netwerk bestaat een apart samenwerkingsverband tussen de toezichthouders van de Benelux-landen. In 2008 onderzochten zij gezamenlijk de algemene voorwaarden bij internationaal opererende bedrijven in de meubel- en keukenbranche.

Op mondiaal niveau neemt de Consumentenautoriteit deel aan ICPEN (International Consumer Protection and Enforcement Network) actief. 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 onderling uitwisselen van ervaringen en 'best practices' op het gebied van toezicht en handhaving enerzijds en consumentenvoorlichting anderzijds te bevorderen. Veel consumentenproblemen zijn wereldwijd bekend, dus is het zinvol om hierover binnen ICPEN van gedachten te kunnen wisselen, van elkaar te leren en waar mogelijk gezamenlijk op te trekken. Jaarlijks wordt wereldwijd aandacht besteed aan misleidende handelspraktijken tijdens Fraud Prevention Month. Ook vindt elk jaar een 'internetsweep' plaats, een gelijktijdige zoekactie op internet naar mogelijke overtredingen.

Juridische ontwikkelingen

Informatieverstrekking aan consumenten

De Staatssecretaris van Economische Zaken, Frank Heemskerk, heeft een instructie opgesteld voor de informatieverstrekking door de Consumentenautoriteit over praktijken die consumenten mogelijk schade toebrengen, zonder dat op dat moment al een overtreding is vastgesteld. Als sprake is van een acuut en reëel risico voor consumenten en/of aantoonbare economische schade en er is een redelijk vermoeden van een overtreding, dan mag de Consumentenautoriteit consumenten waarschuwen voor de praktijken van een individuele onderneming.

Hierdoor worden consumenten snel en efficiënt geïnformeerd en wordt schade voorkomen. De aanwijzing is op 26 maart openbaar gemaakt in de Staatscourant nummer 59. In 2008 heeft de Consumentenautoriteit van deze nieuwe bevoegdheid geen gebruik gemaakt.

Boetemaximum

Met ingang van 1 januari 2008 is de maximale boete die de Consumentenautoriteit per overtreding van de Whc kan opleggen, verhoogd van 67.000 euro naar 74.000 euro. Dit is een gevolg van een wijziging in het Wetboek van Strafrecht, die ook gevolgen heeft voor de Whc, waaraan de Consumentenautoriteit haar bevoegdheden ontleent.

Wet oneerlijke handelspraktijken

Op 15 oktober 2008 is de *Wet oneerlijke handelspraktijken* (Wet OHP) in werking getreden. Deze wet verbiedt oneerlijke handelspraktijken bij de promotie, verkoop en levering van goederen en diensten aan consumenten. De nieuwe regels vinden hun oorsprong in een Europese richtlijn en gelden in alle 27 landen van de Europese Unie.

De nieuwe wet beschermt consumenten beter tegen misleiding bij de aankoop van producten of diensten, terwijl bonafide ondernemers beter worden beschermd tegen oneerlijke concurrentie van malafide aanbieders. Kwetsbare consumenten, die vanwege een geestelijke of lichamelijke beperking of hun leeftijd bijzonder vatbaar zijn voor oneerlijke handelspraktijken, worden extra beschermd.

De Consumentenautoriteit kan bij een overtreding van deze regels een boete opleggen van maximaal 450.000 euro of een last onder dwangsom. Hetzelfde geldt voor de AFM, die de Wet OHP in de financiële sector handhaaft.

De Consumentenautoriteit kent hiermee dus twee maximale boetes: 74.000 euro voor Whc-overtredingen en 450.000 euro voor OHP-overtredingen.

Resultaten

Dit deel laat zien wat de Consumentenautoriteit in 2008 heeft ondernomen en bereikt ter versterking van de positie van de consument.

ConsuWijzer

In 2008 registreerde ConsuWijzer voor het eerst meer dan één miljoen bezoeken op jaarbasis. De website werd 1.050.000 maal geraadpleegd. Dit is een verdubbeling ten opzichte van 2007.

Wegwijzer in het woud van keurmerken

Nieuw op ConsuWijzer, sinds 2 april 2008, is de 'keurmerkenfunctie'. Hiermee kunnen consumenten zelf de betrouwbaarheid beoordelen van de vele keurmerken in Nederland. De informatie geeft antwoord op vragen als: wie is de eigenaar van dit keurmerk, waar staat dit keurmerk volgens de eigenaar voor en hoe betrouwbaar is de controle op producten en diensten die het keurmerk dragen? De onafhankelijke Raad voor Accreditatie toetst

elk keurmerk voordat het geplaatst wordt op ConsuWijzer. ConsuWijzer biedt keurmerkeigenaren hiermee de kans om zich te onderscheiden.

De keurmerken die zich aanmelden voor de toets en publicatie zijn optimaal transparant voor de consument. Het aantal keurmerken dat wordt aangemeld, neemt nog steeds toe.

EnergieWijzer

In november is de EnergieWijzer op ConsuWijzer geïntroduceerd. Met dit instrument kunnen consumenten energiebedrijven vergelijken op producten en dienstverlening (niet op prijs). Zo is bijvoorbeeld te zien of bedrijven hun rekeningen op tijd versturen, of ze per telefoon goed bereikbaar zijn en welke producten ze aanbieden.

ConsuWijzer, dan weet je waar je recht op hebt

Onder dit motto ging in het najaar een campagne via Postbus 51 van start op radio, televisie en internet om consumenten bewust te maken van hun rechten bij de aankoop van producten en diensten en om de bekendheid van ConsuWijzer verder te vergroten. De campagne was succesvol en heeft gezorgd voor een forse toename van het webbezoek en het aantal telefoontjes. Na afloop van de campagne bleven het bezoek en de telefoontjes structureel op een hoger niveau dan voor de campagne.

ConsuWijzer nóg klantvriendelijker

Om zoveel mogelijk consumenten goed te helpen, zijn de teksten op ConsuWijzer herschreven naar een eenvoudiger taalniveau. Daarnaast is de website toegankelijk gemaakt voor BrowseAloud software. Deze software leest de teksten voor en markeert op het scherm elk woord dat wordt opgelezen. Mensen die moeite hebben met lezen, kunnen de tekst beter begrijpen door de combinatie van lezen en luisteren. De voorleesfunctie werd geactiveerd

Over de volgende onderwerpen kwamen bij ConsuWijzer in 2008 de meeste meldingen binnen:

Top 5 meldingen ConsuWijzer 2008

1. *garantie en conformiteit*
2. *klantenwerving en overstappen bij energiebedrijven*
3. *klantenwerving en overstappen bij telecombedrijven*
4. *onduidelijke energienota's*
5. *SMS-diensten (onder andere ringtones)*

Top 3 meldingen toezichtsterrein Consumentenautoriteit

1. *garantie en conformiteit*
2. *SMS-diensten*
3. *telemarketing*

Dit beeld komt grotendeels overeen met dat van 2007.



consuWijzer

- Internet, telefonie, kabel en post 3
- Energie 3
- Huis en tuin 4
- Vakantie en vrijetijdsbesteding 2
- Elektronica en huishoudelijke apparatuur 6
- Kleding en textiel 1

> 1.000.000
bezoeken

Klanten ConsuWijzer tevreden

door de Staatssecretaris van Economische Zaken, Frank Heemskerk, tijdens een gastles aan cursisten van het ROC Mondriaan in Den Haag in de Week van de Alfabetisering.

Klanttevredenheidsonderzoek

Consumenten die een vraag of klacht bij ConsuWijzer hebben neergelegd, zijn gevraagd naar hun tevredenheid over de dienstverlening van ConsuWijzer. Gemiddeld over alle onderdelen (telefoon, mail, brief, website) scoort ConsuWijzer een zeven. Consumenten die ConsuWijzer telefonisch hebben benaderd, blijken het meest tevreden. Zij geven de dienstverlening een 7,9. Telefonisch contact biedt de consument een luisterend oor. Het antwoord van de medewerker van ConsuWijzer sluit vervolgens goed aan bij de vraag van de consument. Over de website zijn de meeste consumenten positief. De tevredenheid van de consument wordt voor een belangrijk deel bepaald door het type vraag of probleem. ConsuWijzer heeft actie ondernomen om de dienstverlening nóg beter te laten aansluiten op de wensen van de consument. Begin 2009 wordt het klanttevredenheidsonderzoek herhaald.

Online communicatie verder ontwikkeld

De website is het belangrijkste communicatiekanaal van ConsuWijzer. In 2008 heeft ConsuWijzer geïnvesteerd in zijn online communicatie om zoveel mogelijk consumenten te informeren over hun rechten. De bedoeling is een meer interactieve website te ontwikkelen, met behoud van onafhankelijkheid en betrouwbaarheid. Interactiviteit is belangrijk, omdat de toezichthouder via ConsuWijzer waardevolle toezichtsinformatie krijgt. De investering in de website blijkt lonend, aangezien het aantal webbezoeken nog steeds groeit.

Daarnaast heeft ConsuWijzer in het kader van Web 2.0 twee pilots op het gebied van community marketing uitgevoerd in samenwerking met de websites www.scholieren.com en www.plusonline.nl. Een community is een online gemeenschap waar deelnemers kennis uitwisselen, discussiëren of samenwerken rond een bepaald onderwerp. Door deel te nemen aan deze communities kon ConsuWijzer consumenten in hun eigen online omgeving relevante informatie geven en tegelijkertijd toezichtsinformatie verzamelen en contact houden met specifieke doelgroepen. De pilots vormen een goede basis om op voort te bouwen in 2009.

Toezicht en handhaving

In 2008 zijn 211 toezichtsonderzoeken afgerond: 160 nationale en 51 internationale. 91 onderzoeken zijn beëindigd omdat er onvoldoende aanleiding was tot handhaving, waarvan 90 binnen het aandachtsgebied reisgarantie. De reden hiervoor was bijvoorbeeld dat reisorganisatoren inmiddels het SGR-lidmaatschap hadden verkregen. 76 onderzoeken (53 nationale en 23 internationale) zijn afgerond nadat het desbetreffende bedrijf de inbreuk had gestaakt na optreden van de Consumentenautoriteit. 28 internationale onderzoeken hadden betrekking op het verzamelen van informatie ten behoeve van autoriteiten uit andere lidstaten. Met de verstrekking van de gevraagde informatie aan de buitenlandse autoriteiten zijn deze onderzoeken afgerond. In drie zaken is een klacht ingediend bij de SRC. In zes zaken heeft de Consumentenautoriteit rapport opgemaakt met het oog een sanctie op te leggen. De Consumentenautoriteit heeft in 2008 vijf maal een sanctie opgelegd en in twee zaken een toezegging ontvangen. Het totaalbedrag aan opgelegde boetes bedraagt 658.000 euro.

Agenda 2008

Algemene voorwaarden

Wat is het probleem?

Consumenten moeten erop kunnen vertrouwen dat de voorwaarden waaronder zij een aankoop doen, voldoen aan de wettelijke regels. Deze zekerheid weegt des te zwaarder als het gaat om aankopen waarmee forse bedragen gemoeid zijn. In 2007 heeft de Consumentenautoriteit onredelijke voorwaarden in de wit- en bruingoedbranche onderzocht en bedrijven waarvan de voorwaarden niet deugden gesommeerd deze aan te passen. Een andere sector waarover ConsuWijzer veel klachten krijgt, is de meubel- en keukenbranche. Ook hier stuiten veel consumenten op onredelijke voorwaarden.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

In 2008 heeft de Consumentenautoriteit 'eenzijdige' algemene voorwaarden in de meubel- en keukenbranche onderzocht. Dit zijn voorwaarden die een bedrijf zelf heeft opgesteld. Tweezijdige voorwaarden komen tot stand in overleg tussen vertegenwoordigers van ondernemers en consumenten. Dit geldt bijvoorbeeld voor de algemene voorwaarden van de Centrale Branchevereniging Wonen (CBW). Bedrijven die zijn aangesloten bij de CBW zijn verplicht deze (tweezijdige) algemene voorwaarden te gebruiken.

Algemene voorwaarden in de meubel- en keukenbranche staan ook in Benelux-verband op de agenda van de toezichthouders. In deze branche worden namelijk veel grensoverschrijdende aankopen gedaan en in de drie landen spelen dezelfde problemen. Er is gekozen voor een gemeenschappelijke actie om te zorgen dat de rechten van de consument bij grensoverschrijdende aankopen worden gerespecteerd. Per land zijn de algemene verkoopvoorwaarden gecontroleerd van meubel- of keukenbedrijven met vestigingen in de Benelux.

In totaal heeft de Consumentenautoriteit de algemene voorwaarden van tien ondernemingen uit de meubel- en keukenbranche onderzocht met in totaal 307 filialen in Nederland. Vier van de tien bedrijven zijn grotere ketens met gezamenlijk 184 filialen in Nederland en daarnaast filialen in België en/of Luxemburg. Bij de overige 123 filialen gaat het om bedrijven die alleen in Nederland actief zijn.

De Agenda is bedoeld om mensen en middelen specifiek in te zetten op terreinen waar de consument dat het hardst nodig heeft en waar de Consumentenautoriteit het meeste effect kan sorteren.

Voorbeelden van overtredingen:

- bepalingen die de consument verplichten de volledige aanschafprijs vooruit te betalen;
- bepalingen waarmee de ondernemer onduidelijke of onredelijk lange levertijden kan hanteren;
- tussentijdse prijsverhogingen;
- vrijwaring van schade door derden (het bedrijf neemt bijvoorbeeld geen verantwoordelijkheid voor schade bij aflevering door een transportbedrijf).

Wat is het resultaat?

Geen van de onderzochte bedrijven had voorwaarden die volledig in overeenstemming waren met de wet. De Consumentenautoriteit heeft bij alle tien ondernemingen veel overtredingen geconstateerd en ze een termijn gesteld om hun voorwaarden aan te passen. Naar verwachting zullen de bedrijven hun voorwaarden in het eerste kwartaal van 2009 hebben aangepast. De Consumentenautoriteit zal toezien op naleving.

Vervol- onderzoek

Garantiestelling reisbranche

Wat is het probleem?

Een aanbieder van pakketreizen is wettelijk verplicht het financiële risico voor de consument af te dekken, bijvoorbeeld in het geval dat de reisorganisator failliet gaat. Een pakketreis is een combinatie van vooraf geregelde (en betaalde) reisdiensten, die ten minste het vervoer en de accommodatie omvat of een van beide plus een andere toeristische dienst. De meeste reisorganisaties hebben het financiële risico afgedekt via de Stichting Garantiefonds Reisgelden (SGR). Een relatief klein aantal organisaties heeft geen of alternatieve maatregelen getroffen en is soms onvoldoende op de hoogte van deze verplichting. Het financiële risico voor consumenten is groot. Gaat een reisorganisator failliet, dan is de consument die hier zijn reis heeft geboekt en betaald, zijn geld kwijt.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

In aansluiting op haar inventarisatie naar garantiestelling in de reisbranche in 2007 heeft de Consumentenautoriteit in 2008 vervolgonderzoek gedaan naar aanbieders van pakketreizen die geen of geen afdoende maatregelen hadden getroffen. Van deze groep heeft zij de bedrijven met de grootste omzet aangesproken op hun verplichting, 106 in totaal. Om consumenten te informeren over hun wettelijke rechten en over het belang ook zelf

alert te zijn, is er uitgebreide informatie geplaatst op ConsuWijzer.nl. In aanvulling hierop heeft de Consumentenautoriteit in 2008 een free publicity actie gehouden, in onder andere huis-aan-huisbladen en media voor reisliefhouders. De belangrijkste boodschap: weet bij wie je een reis boekt en check of deze reisorganisator een garantieregeling heeft.

Wat is het resultaat?

Vrijwel alle bedrijven hebben alsnog maatregelen getroffen, via de SGR of anderszins. Een klein aantal bedrijven heeft niet adequaat gereageerd op de waarschuwing van de Consumentenautoriteit. Op het moment dat deze terugblik tot stand komt, zijn twee rechtszaken in voorbereiding.

De acties van de Consumentenautoriteit hebben de verplichte reisgarantie onder de aandacht gebracht van ondernemers en consumenten. Ondernemers moeten nu op de hoogte zijn van hun wettelijke verplichting om de consument financiële zekerheid te bieden. Consumenten kunnen weten dat ze hierop recht hebben en dat ze er bij het boeken van een vakantie naar moeten informeren. Aangezien de reisbranche dynamisch is, zal de Consumentenautoriteit de gang van zaken nauwlettend blijven volgen, mede via de meldingen bij ConsuWijzer.

Voorlichting

De Consumentenautoriteit heeft een free publicity actie gehouden rondom het onderwerp garantiestelling in de reisbranche met als boodschap: check voordat je boekt hoe de reisorganisator zijn garantiestelling heeft geregeld. In totaal hebben ruim 30 verschillende media, met een gezamenlijke oplage van ruim vier miljoen een artikel geplaatst, onder andere: Reizen.nl, Dalili (gratis Nederlands-Arabisch krant) en Ufuk (Nederlands-Turks maandblad).



MWSVAKANTIE
MIDDELNEDERLANDSE VERREISMAATSCHAPPIJ

Reisarrangement
Nacou | Coconut Gro...
Hotel Biltendaal

17-08-2009
18-08-2009

17-08-2009
18-08-2009

Reisgarantie?

Nieuwe
gedragscode



SMS-diensten

Wat is het probleem?

Op internet en televisie is veel reclame voor SMS-diensten. Dit zijn diensten die via de mobiele telefoon kunnen worden afgenomen, zoals ringtones, wallpapers en games. Gaat het hierbij om een betaald abonnement, dan mag de reclame nooit de suggestie wekken dat de dienst gratis is. Helaas gebeurt dat vaak wel. Verder moeten aanbieders hun identiteit aan consumenten kenbaar maken, een verplichting die nogal eens wordt verzaakt. Veel consumenten, onder wie kinderen en jongeren, zijn hiervan de dupe. Ze gaan ongewild een abonnement aan en komen er vaak moeilijk weer vanaf.

In 2007 was er een meldpunt voor SMS-diensten op ConsuWijzer. Ook in 2008 bleef het aantal klachten over dit onderwerp groot, ondanks dat per 1 mei 2008 de vernieuwde Gedragscode SMS-Dienstverlening geldt. Deze is na druk door de Staatssecretaris van Economische Zaken binnen de branche tot stand gekomen met als doel de consument beter te beschermen. De nieuw opgerichte Stichting SMS-Gedragscode ziet erop toe dat alle betrokken partijen zich houden aan de nieuwe gedragscode.

In aansluiting op de inwerkingtreding van de vernieuwde gedragscode kwam op 1 juli 2008 het SMS-dienstenfilter op internet beschikbaar waarmee de consument zijn nummer kan blokkeren voor SMS-abonnementdiensten.

Twee
sanctiebesluiten

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

De Consumentenautoriteit houdt, samen met de OPTA, nauwlettend in het oog of de partners binnen de Stichting SMS-Gedragscode de afspraken in de gedragscode daadwerkelijk nakomen.

In 2008 richtte de Consumentenautoriteit haar aandacht op de wijze waarop aanbieders van SMS-diensten consumenten informeren over de totstandkoming van overeenkomsten. Hiertoe heeft zij diverse handhavinginstrumenten ingezet.

Gedragscode SMS-Dienstverlening

De Consumentenautoriteit spreekt operators/ serviceproviders en gateways aan op hun verantwoordelijkheid. Volgens de gedragscode moeten zij steekproefsgewijs websites controleren op naleving van de gedragscode. Sites die handelen in strijd met de code, moeten snel worden aangepast. In het uiterste geval kan de dienst worden afgesloten. In 2008 heeft de Consumentenautoriteit twaalf klachten over SMS-aanbiedingen bij de Stichting SMS-Gedragscode neergelegd. Daarnaast kan de Consumentenautoriteit zelf handhavend optreden tegen aanbieders die hun gedrag niet vrijwillig aanpassen.

Handhaving

In 2008 heeft de Consumentenautoriteit drie rapporten opgesteld tegen aanbieders van SMS-diensten. Twee daarvan hebben in 2008 geleid tot een sanctiebesluit.

Het bedrijf Wizz Mobile heeft een boete gekregen van in totaal 76.000 euro voor zijn gebrekkige informatievoorziening aan consumenten. Het plaatste zijn banners op websites die zich vooral richten op kinderen en jongeren, zoals www.spele.nl en www.clipjes.nl. Consumenten dachten dat zij zich hadden aangemeld voor gratis ringtones, maar ontvingen in werkelijkheid elke week meerdere betaalde ringtones. Het was lastig het abonnement stop te zetten, omdat niet duidelijk was hoe en bij wie dit kon.

Internationaal onderzoek SMS-diensten

Naast de boete heeft de Consumentenautoriteit een last onder dwangsom opgelegd om af te dwingen dat het bedrijf zijn informatievoorziening in orde brengt, wat het bedrijf ook heeft gedaan.

Dit besluit is inmiddels definitief geworden.

SMS-filter

De website www.smsdienstenfilter.nl is een initiatief van de Stichting SMS-Gedragscode. De Stichting SMS-Gedragscode wordt gesteund door alle aanbieders van mobiele telefonie, SMS-dienstaanbieders en content providers. De website biedt de mogelijkheid om je mobiele telefoonnummer te blokkeren voor SMS-abonnementsdiensten. Je kunt ook het mobiele nummer van je minderjarige kind blokkeren.

OX-2 International heeft een boete gekregen van 85.000 euro. Ook heeft de Consumentenautoriteit het bedrijf een last onder dwangsom opgelegd om de geconstateerde overtredingen te beëindigen. Het bedrijf beheerde een aantal websites waarop reclame werd gemaakt voor SMS-diensten van aanbieders van ringtones of quizzes. Om voor een prijs of ringtone in aanmerking te komen, moesten bezoekers hun MSN-naam en -wachtwoord opgeven. OX-2 International gebruikte deze gegevens vervolgens om aan de contactpersonen uit het MSN-adresbestand ongevraagde reclameberichten voor gratis ringtones of prijsvragen te sturen. Daardoor leek het alsof deze e-mails afkomstig waren van een bekende. Om de 'gratis' ringtone te ontvangen of de prijs te winnen, moest de ontvanger een betaald SMS-abonnement afsluiten. Het bedrijf heeft inmiddels bezwaar aangetekend tegen dit besluit.

Internetsweep

De Consumentenautoriteit heeft op 32 populaire kinder- en jongerenwebsites gecontroleerd of de aangeboden commerciële informatie (meestal in de vorm van banners) aan de eisen voldeed. Het

onderzoek maakte deel uit van een gecoördineerd internetonderzoek binnen het Europese netwerk van consumententoezichthouders. Uit het onderzoek kwam naar voren dat er veel mis was. Dit heeft ertoe geleid dat de Consumentenautoriteit over vijf aanbieders klachten heeft ingediend bij de Stichting SMS-Gedragscode en over drie aanbieders bij de SRC.

Wat is het resultaat?

In 2008 heeft de Consumentenautoriteit de eerste boetes opgelegd aan bedrijven die zich schuldig maakten aan overtredingen van de geldende regels. De SRC heeft de klachten van de Consumentenautoriteit gegrond verklaard.

Met de vernieuwde gedragscode voor SMS-diensten is een nieuw en beter instrument beschikbaar gekomen om aanbieders en providers op hun verplichtingen aan te spreken. Naar verwachting zullen er nog extra inspanningen nodig zijn om een eind te maken aan malafide praktijken in deze branche. De hoeveelheid klachten die ConsuWijzer in 2008 heeft ontvangen, bevestigen dit beeld. Omdat het niet waarschijnlijk is dat de problemen met SMS-diensten op korte termijn tot het verleden zullen behoren, zal de Consumentenautoriteit streng blijven toezien op naleving van de regels. Zij zal niet schromen om handhavend op te treden tegen aanbieders die de regels niet naleven en zal druk zetten op de partijen die de gedragscode hebben ondertekend.

Sinds 15 oktober 2008 kan de Consumentenautoriteit, als toezichthouder op de Wet OHP, overtredingen van een gedragscode gericht aanpakken. Deze wet stelt onder andere, dat een bedrijf dat zegt een gedragscode te onderschrijven maar daar niet naar handelt, in overtreding is.

Garantie en conformiteit

Wat is het probleem?

Vragen en klachten over garantie en conformiteit blijven de lijst met meldingen van ConsuWijzer aanvullen. Niet alleen consumenten, ook ondernemers vinden de regels vaak moeilijk toepasbaar, vooral als het gaat om gebreken na afloop van de garantietermijn van producten die duur in aanschaf zijn. Want: hoe lang gaat zo'n product minimaal mee? En wie betaalt de reparatiekosten? Vooral bedrijven in de elektronica- en woninginrichtingsbranche zorgen bij ConsuWijzer voor veel klachten over de naleving van de regels voor garantie en conformiteit. Dit thema stond al op de Agenda 2007, maar gelet op de niet afnemende hoeveelheid meldingen kwam het terug op de Agenda 2008.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

De Consumentenautoriteit heeft het afgelopen jaar onderzoek gedaan naar elektronicabedrijven, in het bijzonder computerwinkels. Het onderzoek richtte zich op bedrijven waarvan, onder meer op basis van klachten bij ConsuWijzer, werd vermoed dat ze de wettelijke regels voor garantie en conformiteit niet naleefden, bijvoorbeeld door zich na afloop van de garantietermijn op geen enkele manier aansprakelijk te stellen voor klachten over het product of door consumenten met klachten te verwijzen naar de fabrikant.

Wat betreft de woninginrichtingsbranche werden de garantieregels tegen het licht gehouden in het kader van het onderzoek naar algemene voorwaarden. De resultaten van dit onderzoek worden besproken bij het aandachtsgebied algemene voorwaarden.

Tegelijkertijd heeft de Consumentenautoriteit haar voorlichting over dit onderwerp voortgezet. In 2007 ging het om voorlichting aan de consument, in 2008 richtte de Consumentenautoriteit zich vooral op bedrijven. In dit kader heeft zij een zeer succesvolle free publicity actie gehouden, gericht op media voor verkopers in de ICT- en elektronicabranche. Daar-

naast is het onderwerp besproken op bijeenkomsten met ondernemers uit de elektronicabranche en meubel- en keukenbranche. Ook heeft de Consumentenautoriteit contact gelegd met het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD), dat onder meer onderwijsmiddelen ontwikkelt voor werknemers en werkgevers in de detailhandel.

Op de Agenda voor 2008 stond ook een onderzoek naar garantieverzekeringen. Dit is een aanvullende garantie die sommige bedrijven aanbieden naast of als verlenging van de wettelijke garantie. De Consumentenautoriteit onderzoekt hoe de inhoud van de aangeboden garantieverzekering zich verhoudt tot de wettelijke rechten van de consument. De resultaten hiervan worden begin 2009 bekend gemaakt.

Wat is het resultaat?

Naar aanleiding van vragen en klachten bij ConsuWijzer heeft de Consumentenautoriteit onderzoek gedaan bij Dynabyte, een computerketen met 47 filialen. De Consumentenautoriteit constateerde dat de informatie op de website, de algemene voorwaarden en de praktijk in de winkel niet altijd volgens de regels waren. Dynabyte heeft zwart op wit toegezegd zich voortaan te houden aan de wet. Dit betekent dat de consument die bij Dynabyte een product koopt, zijn wettelijke rechten krijgt als het product niet voldoet of als het eerder kapot gaat dan bij normaal gebruik verwacht had mogen worden. Daarnaast bevat de toezegging een aantal duidelijke vuistregels voor consumenten als ze zich met een defect product bij Dynabyte aan de balie melden. Bij andere bedrijven lopen vergelijkbare onderzoeken. Deze zijn nog niet afgerond.

Met het HBD ontwikkelt de Consumentenautoriteit een e-learning module over garantie en conformiteit. 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. De module komt naar verwachting voor de zomer van 2009 beschikbaar.

Misleidend en agressief

Oneerlijke handelspraktijken

Wat is het probleem?

Consumenten leiden aanzienlijke schade door oneerlijke handelspraktijken. Ze ontvangen bijvoorbeeld zogenaamd een gratis product of hebben zogenaamd een prijs gewonnen in de loterij. Of ze worden op een agressieve manier benaderd door een telefonische verkoper of moeten een veel te duur informatienummer bellen. Deze praktijken hebben gemeen dat door misleidende informatie, door een agressieve bejegening of doordat belangrijke informatie is weggelaten de consument ongewild besluit een product te kopen of van een dienst gebruik te maken. Dat zou hij niet hebben gedaan als hij de juiste informatie had gekregen of zich niet onder druk gezet had gevoeld.

De Consumentenautoriteit had in 2008 de aanpak van de volgende oneerlijke handelspraktijken op haar Agenda staan:

- misleidende en agressieve verkooptrucs;
- misbruik van keurmerken en gedragscodes.

Hoe heeft de Consumentenautoriteit dit aangepakt?

Doordat de nieuwe wet in het laatste kwartaal van 2008 van kracht werd, heeft de Consumentenautoriteit haar nieuwe handhavingsbevoegdheden nog maar beperkt kunnen aanwenden. Het gevolg was ook dat de uitvoering van het agendapunt OHP pas veel later kon worden gestart dan bij het opstellen van de Agenda was voorzien.

In het kader van de Agenda is de Consumentenautoriteit een onderzoek gestart naar drie keukenbedrijven die lid zijn van de CBW (Centrale Branchevereniging Wonen) en verplicht zijn de CBW-regels na te leven. Deze bedrijven zeggen dat zij de regels voor aanbesteding van de CBW hanteren, maar doen

dat in de praktijk niet. Volgens de nieuwe wet is dit verboden. De Consumentenautoriteit is bevoegd hiertegen op te treden. De onderzoeken zullen in 2009 worden afgerond.

Fraud Prevention Month

In het kader van de jaarlijkse internationale Fraud Prevention Month, een initiatief van het international netwerk ICPEN, organiseerde de Consumentenautoriteit in het voorjaar een campagne over verkooptrucs. De campagne was gericht op het algemene publiek, in het bijzonder op ouderen (55+) en jongeren (12-20 jarigen). Onder het motto 'Laat je niet beetnemen' staat sinds die tijd een 'special' over dit onderwerp op ConsuWijzer.

Wet oneerlijke handelspraktijken (OHP)

De nieuwe wet verbiedt aanbieders 'oneerlijke handelspraktijken' bij de promotie, verkoop en levering van producten en diensten aan consumenten. De regels gelden in de gehele Europese Unie.

De Wet OHP beschrijft gedetailleerd welke verkooppraktijken misleidend en agressief zijn en daarom verboden. Enkele voorbeelden:

- *Misleidende reclame*
- *Ten onrechte vermelden een keurmerk te voeren of een gedragscode na te leven*
- *Een verplichting die is opgenomen in een gedragscode niet nakomen*
- *Prijzen noemen waarin niet alle (bijkomende) kosten worden vermeld*
- *Weglaten van belangrijke kenmerken van het product*
- *'Lokkertjes' aanbieden, zonder reële beschikbaarheid van het product zelf*
- *Agressief werven van nieuwe klanten*
- *Een product als 'gratis' aanprijzen terwijl er toch kosten aan zijn verbonden*



Lokkertjes

OHP- onderzoek

Voor jongeren gaf de Consumentenautoriteit 5.000 exemplaren weg van een speciale Lucky Luke strip. Onder de titel 'Sluipend Bedrog' bindt de 'poor lonesome' cowboy Lucky Luke hierin de strijd aan met consumentenbedriegers. De strip is een initiatief van de FOD Economie, de Belgische Consumentenautoriteit, in samenwerking met de consumentenautoriteiten van Nederland en Luxemburg. Daarnaast was er een uitgebreid publiciteitstraject om zoveel mogelijk free publicity te genereren voor het herkennen van verkooptrucs.

Via printmedia zijn bijna 1.000.000 consumenten uit de doelgroepen bereikt.

Onderzoek

Ter voorbereiding op haar nieuwe toezichtstaak heeft de Consumentenautoriteit onderzoek laten doen naar aard, omvang, doelwit- en slachtoffergroepen van oneerlijke handelspraktijken in Nederland. Het onderzoek was geïnspireerd op soortgelijke onderzoeken in Groot-Brittannië, Canada en de Verenigde Staten. Er deden 70.000 respondenten mee aan het onderzoek van de Consumentenautoriteit. De volgende praktijken zijn onderzocht: zogenaamd gratis producten, misleidende gezondheidsclaims, misleidende loterijen, misleidende prijzenfestivals, misleidende of agressieve telefonische verkoop, misleidende of agressieve colportagepraktijken, te dure telefoonnummers, ongevraagde toezending, piramideconstructies, misleidende vakantieclubs, misleidende en agressieve verkoop tijdens busreisjes.

Uit dit onderzoek blijkt onder meer dat de totale schade voor consumenten als gevolg van deze oneerlijke handelspraktijken het afgelopen jaar minimaal 579 miljoen euro bedroeg. Ruim twee miljoen consumenten zijn slachtoffer geworden van een oneerlijke handelspraktijk. De gemiddelde schade per slachtoffer is 217 euro per jaar. Opvallend is dat de meerderheid van de consumenten zijn klacht niet meldt bij een officiële instantie.

De uitkomsten van het onderzoek zijn gepresenteerd in het bijzijn van de Staatssecretaris van Economische Zaken en een vertegenwoordiger van de Europese Commissie en kregen veel aandacht van de media.

Het onderzoek biedt de Consumentenautoriteit een waardevol inzicht in de doelwit- en slachtoffergroepen per praktijk. Leeftijd blijkt niet zo'n grote rol te spelen als werd vermoed. Uit het onderzoek blijkt dat iedereen slachtoffer kan worden van een oneerlijke handelspraktijk. Wel blijken bepaalde groepen consumenten extra kwetsbaar te zijn voor bepaalde praktijken.

De resultaten van het onderzoek zijn meegewogen bij de keuze van aandachtsgebieden voor 2009.

Brochure

Voor ondernemers heeft de Consumentenautoriteit een brochure ontwikkeld met uitgebreide informatie over de nieuwe wet, voorzien van duidelijke voorbeelden. Ondernemers zijn hierop via hun vakbladen geattendeerd. De brochure is te raadplegen via de website van de Consumentenautoriteit.

Zaken buiten de Agenda

Nationale zaken

Boete voor UPC

De Consumentenautoriteit heeft aan UPC Nederland B.V. boetes opgelegd van in totaal 303.000 euro voor de wijze waarop het bedrijf in 2007 via colportage en telefonische verkoop abonnementen op digitale televisie aanbood. Daarnaast moest UPC onder last van een dwangsom voortaan aan het begin van elk telemarketinggesprek duidelijk het commerciële doel van het gesprek meedelen.

Om het gebruik van digitale televisie te stimuleren bood UPC bestaande abonnees de 'mediabox' aan, nodig om het digitale televisiesignaal te kunnen ontvangen. Hieraan was een abonnement op digitale televisie gekoppeld, waarvoor consumenten, eventueel na een gratis proefperiode, moesten betalen. Naar aanleiding van de vele klachten op ConsuWijzer over de gang van zaken rond de mediabox stelde de Consumentenautoriteit een onderzoek in. Daarbij bleek het volgende. Bij de telefonische verkoop van abonnementen voor digitale televisie vroeg UPC consumenten niet expliciet om toestemming voordat de mediabox werd aangeboden en het abonnement op digitale televisie werd geleverd. Ook informeerde UPC de consument niet over de mogelijkheid om de overeenkomst binnen zeven werkdagen te ontbinden. Bij het werven van abonnees overtrad UPC de Colportagewet, met name omdat de informatie soms misleidend of onjuist was en belangrijke informatie werd weggelaten.

UPC heeft bezwaar gemaakt tegen het besluit van de Consumentenautoriteit. De toezichthouder zal begin 2009 een besluit op dit bezwaar nemen.

Garant-O-Matic moet mailings aanpassen

Het bedrijf Garant-O-Matic moet zich voortaan houden aan de regels voor de informatieverstrekking aan consumenten. Via catalogi verkoopt Garant-O-Matic gezondheids-, schoonheids- en cadeau-artikelen aan consumenten. In het verleden heeft het bedrijf in haar mailings bij consumenten ten onrechte de indruk gewekt dat zij een (hoge) geldprijs hadden gewonnen, terwijl zij in werkelijkheid slechts

kans maakten op een prijs of recht hadden op een (klein) deel ervan. De Consumentenautoriteit ontving hierover meldingen via ConsuWijzer en een handhavingsverzoek van de Belgische toezichthouder in verband met de activiteiten van het bedrijf gericht op Belgische consumenten. De Reclame Code Commissie had het bedrijf eerder ook al op de vingers getikt voor haar activiteiten. Garant-O-Matic heeft erkend dat zij in het verleden fouten heeft gemaakt en heeft verbeteringen doorgevoerd in haar informatieverstrekking over promotionele acties. Het bedrijf heeft tevens toegezegd zich bij haar toekomstige activiteiten in zowel Nederland als België te houden aan de wettelijke regels voor promotionele acties.

Boete voor Pretium Telecom

De Consumentenautoriteit heeft op 4 december 2008 aan Pretium Telecom B.V. boetes opgelegd van in totaal 87.000 euro voor de wijze waarop het bedrijf in 2007 via telefonische verkoop vastnet telefoonabonnementen aanbood. Daarnaast moest Pretium onder last van een dwangsom voortaan zijn wervingspraktijk in overeenstemming brengen met de regels. Pretium Telecom maakte gebruik van externe callcenters die op grote schaal onaangekondigd consumenten benaderden met het aanbod van een vastnet telefoonabonnement. Naar aanleiding van vele meldingen en signalen, onder andere bij ConsuWijzer, stelde de Consumentenautoriteit een onderzoek in naar de wervingspraktijk van Pretium. Na onderzoek heeft de Consumentenautoriteit geconcludeerd, dat Pretium aan het begin van het gesprek niet duidelijk aangaf namens welk bedrijf men belde en met welk doel. Ook werd tijdens het gesprek onvoldoende informatie gegeven over het abonnement en hoe de consument er weer van af kon komen. Tot slot werd in de welkomstbrief die de consument later ontving de ontbindingsmogelijkheid niet correct vermeld. Hiermee overtrad het bedrijf de regels die gelden bij verkoop op afstand.

Door een procedure tegen de openbaarmaking is het besluit pas in maart 2009 openbaar geworden. Pretium Telecom heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit.

Bezwaar Naturpost

Naturpost kreeg van de Consumentenautoriteit in 2007 boetes op van in totaal 88.000 euro. Het bedrijf overtrad onder andere de consumentenregels voor duidelijke, begrijpelijke en ondubbelzinnige informatie over zowel de aard en inhoud van de overeenkomst als de wijze waarop de consument van de overeenkomst af kan. Naturpost heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit. Het bezwaar van Naturpost is grotendeels afgewezen. Wel is op basis van de ingebrachte feiten de opgelegde boete met 16.000 euro verlaagd. Naturpost heeft geen beroep aangetekend. Hiermee is het besluit definitief geworden.

Bezwaar PostGarant B.V.

Aan PostGarant B.V. (voorheen Fitanova) legde de Consumentenautoriteit een boete op van in totaal 130.000 euro. Daarnaast moet het bedrijf onder last van een dwangsom de informatie voor consumenten op de website verbeteren en afzien van het ongevraagd toezenden van producten. PostGarant nodigde via internet consumenten uit een formulier in te vullen om een proefpakket of welkomstpakket te bestellen. Vervolgens bleek de consument hiermee een abonnement te hebben afgesloten voor vervolgzendingen met de bijbehorende kosten. De kosten werden via automatische incasso geïnd. Bovendien werd de consument niet geïnformeerd over de bedenktijd van zeven werkdagen die geldt voor internetaankopen. Tevens waren de bedrijfsgegevens onvolledig, waardoor het moeilijk was met PostGarant contact op te nemen.


**Europese
samenwerking**

Deze praktijken zijn in strijd met de consumentenregels voor duidelijke, begrijpelijke en ondubbelzinnige informatie over zowel de aard en inhoud van de overeenkomst als de wijze waarop de consument van de overeenkomst af kan. Ook moet de consument vooraf voldoende informatie krijgen over de partij waarmee hij de overeenkomst afsluit, zeker omdat het bedrijf de kosten int via automatische incasso. PostGarant B.V. heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit. Het bezwaar is grotendeels afgewezen. Wel is op basis van de ingebrachte feiten de opgelegde boete verlaagd met 10.000 euro. PostGarant is tegen deze uitspraak in beroep gegaan.

Overige zaken

Naast de bovengenoemde zaken heeft de Consumentenautoriteit een aantal, zowel civiel- als bestuursrechtelijke, procedures gevoerd over verzoeken omtrent openbaarmaking al dan niet op grond van de Wet openbaarheid van bestuur.

Internationale zaken

De Consumentenautoriteit heeft in toenemende mate te maken met de internationale dimensie van haar takenpakket. Internationale zaken vergen dan ook steeds meer inzet en capaciteit.

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 400 verzoeken om bijstand (informatieverschaffing c.q. handhavend optreden) uitgewisseld. De Consumentenautoriteit was ook in 2008 koploper binnen Europa wat betreft het aantal ontvangen verzoeken om bijstand. De meeste handhavingsverzoeken waren afkomstig uit België. België verstuurt veruit de meeste handhavingsverzoeken van alle EU-lidstaten. Een aanzienlijk deel daarvan is bestemd voor de Consumentenautoriteit.

Gecoördineerde handhaving

Consumententoezichthouders uit andere lidstaten deden in 2008 118 maal een beroep op de Consumentenautoriteit. Het ging om:

- 55 '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 agressieve verkoop-technieken voor vakantieclubs, ongewilde abonnementen en onjuiste prijsaanduiding;
- 36 handhavingsverzoeken, met name vanwege het niet of onvolledig vermelden van bedrijfsgegevens op websites;
- 27 informatieverzoeken, vooral om bedrijfsgegevens en postbusgegevens te verkrijgen. Evenals in 2007 maken buitenlandse bedrijven nog regelmatig gebruik van Nederlandse postbussen voor het doorsturen van post naar de opdrachtgever.

65 van de 118 zaken waren afkomstig uit België. Daarna kwamen de meeste verzoeken uit Engeland.

De Consumentenautoriteit heeft in totaal in 2008 28 informatie- en 23 handhavingsverzoeken afgehandeld (de getallen zijn inclusief de uit 2007 overgebleven verzoeken).

Vanuit Nederland zijn via de Consumentenautoriteit 12 zaken verstuurd naar andere lidstaten:

- 4 'alerts', waarbij het in een van de gevallen ging om een ondernemer die zich via straatverkoop en een website richt op de verkoop van tijdschriften en boeken voor kinderen. Het gaat om periodieke zendingen. Opzeggen van het abonnement kan alleen onder onredelijke voorwaarden. Bovendien zou de wervingsmethode op straat erg opdringerig en misleidend zijn.
- 6 handhavingsverzoeken, onder andere vanwege het gemis aan prijstransparantie bij een luchtvaartmaatschappij en het niet voldoen aan informatieverplichtingen op websites.
- 2 informatieverzoeken over spam, beide op verzoek van de OPTA.

Behalve dat verzoeken om bijstand worden gedaan en afgehandeld, treedt het netwerk ook steeds meer pro-actief op om consumentenproblemen aan te pakken. Zo zijn tot nu toe twee gezamenlijke zoekacties op het gebied van e-commerce gedaan.

In 2008 ging het om online aanbiedingen

voor ringtones. De Consumentenautoriteit nam dit onderwerp mee in het kader van haar aandachtsgebied SMS-diensten. Uit de initiële bevindingen van de gezamenlijke Europese actie bleek dat de problematiek rond aanbiedingen voor SMS-diensten (misleidende reclame, niet voldoen aan informatieverplichtingen) ook in andere Europese landen speelt. Dit is reden om in 2009 door te gaan met gecoördineerde Europese handhavingsacties tegen overtredingen op het gebied van SMS-diensten.

Europese verzoeken

Ontvangen

- 55 alerts
- 36 handhavingsverzoeken
- 27 informatieverzoeken

Verstuurd

- 4 alerts
- 6 handhavingsverzoeken
- 2 informatieverzoeken

De Consumentenautoriteit in cijfers

Toezicht

Nationaal

Onderzoeken gestart in 2007 en voortgezet in 2008	55
Onderzoeken gestart in 2008	165
Beëindiging onderzoeken i.v.m. geen /onvoldoende ernst inbreuk	91
Beëindiging onderzoeken i.v.m. beëindiging inbreuk na optreden CA	53
Rapporten	6
Uitspraken Reclame Code Commissie van de SRC n.a.v. klachten CA	9
Uitspraken hoger beroep Reclame Code Commissie van de SRC	1
Totaal aantal afgeronde nationale onderzoeken	160

Internationaal

Alerts ontvangen in 2008 van EU-lidstaten	55
Alerts verzonden in 2008 door Nederland	4
Handhavingsverzoeken ontvangen in 2007 en voorgezet in 2008	2
Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2008	36
Afgehandelde handhavingsverzoeken van EU-lidstaten door CA	23
Verzonden handhavingsverzoeken door Nederland	6
Informatieverzoeken ontvangen in 2007 en voorgezet in 2008	10
Informatieverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2008	27
Afgehandelde Informatieverzoeken van EU-lidstaten	28
Verzonden informatieverzoeken door Nederland	2
Totaal aantal afgeronde internationale onderzoeken	51

Handhaving

Toezeggingen	2
Sanctiebesluiten	5
Besluiten op bezwaar na advies Bezwaaar Advies Commissie	2
Overig besluiten op bezwaar	1

ConsuWijzer in cijfers

telefoongesprekken	54.000
e-mails	37.000
brieven	1.800
websitebezoeken	1.050.000

Onderzoeken 2008

Aandachtsgebied	Uit 2007	2008
Algemene voorwaarden	8	
Algemene voorwaarden keuken- en meubelbranche		14
Garantiestelling reisbranche		107
Garantie en conformiteit	7	9
Internethandel	30	
SMS-diensten		16
Overige zaken	4	10
SRC-klachten	6	4
OHP		4
Handhavingsverzoeken		1
Totaal	55	165

Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten

Grondslag	Uit 2007	2008
Colportage		
Elektronische handel		25
Garantie		
Koop op afstand		2
Timesharing		
Misleidende reclame	2	4
Oneerlijke bedingen		1
Pakketreizen		
Prijsaanduiding		2
OHP		2
Totaal	2	36

Informatieverzoeken van EU-lidstaten

Grondslag	Uit 2007	2008
Colportage		
Elektronische handel		8
Garantie		
Koop op afstand	1	1
Timesharing	1	
Misleidende reclame	5	18
Oneerlijke bedingen	3	
Pakketreizen		
Prijsaanduiding		
OHP		
Totaal	10	27

Administratieve lasten

In de Memorie van Toelichting bij de *Wet handhaving consumentenbescherming* (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.

Door het Ministerie van Economische Zaken is 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 betroffen in de berekeningen zowel grensoverschrijdende als nationale zaken.

Lasten veroorzaakt door uitoefening van toezichts- en handhavingsbevoegdheden door de Consumentenautoriteit

In 2008 heeft de Consumentenautoriteit 214 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 enige toename van administratieve lasten in 2008. Daarbij moet echter worden bedacht dat het hier 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.

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 is uitgegaan van twee zaken, één bij de rechtbank Rotterdam (bestuursrechtelijke handhaving) en één bij het gerechtshof te 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 administratieve lasten niet mee.

In 2008 hebben deze procedures zich niet voorgedaan.

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

Ontwerp en vormgeving

Rooduijn, communicatie & design

Druk

Ministerie van Economische Zaken



consumentenautoriteit