

An aerial night view of a city, likely Amsterdam, showing a dense urban landscape with numerous lit-up buildings and a prominent canal winding through the center. The sky is a deep blue with some clouds, and the city lights create a warm, golden glow against the dark background.

KANTAR PUBLIC

Onderzoek ervaringen consumentenrechten

Matthijs de Gier

Tim de Beer

Manuel Kaal

23 januari 2018

Inleiding

De Nederlandse overheid voert, onder andere door middel van wetgeving, beleid om de individuele consument te beschermen en voor te lichten bij de keuze van zijn of haar aankopen.

Doel van dit onderzoek was het krijgen van inzicht in de ervaringen van consumenten met consumentenrechten in het algemeen telemarketing in het bijzonder. Wat telemarketing betreft: meerdere signalen, onder meer van de ACM en de Consumentenbond, over onvoldoende werking van het telemarketingsysteem gaven aanleiding om ook ervaringen van consumenten rondom dit onderwerp in dit onderzoek mee te nemen.

Een steekproef van 2.500 Nederlanders van 13 jaar en ouder is een aantal vragen voorgelegd over de aanschaf van duurzame consumentengoederen en consumentenrechten. Daarvan hebben er 1.512 gerepsondeerd, waarvan er 1.281 uiteindelijk alle vragen hebben ingevuld (effectieve respons: 51%, dit betreft alle mensen die het afgelopen jaar een duurzaam goed of product hebben aangeschaft).

Op de volgende slides worden de belangrijkste uitkomsten van dit onderzoek gepresenteerd.

Inhoudsopgave

1	Ervaringen met consumentenrechten	4
2	Ervaringen met telemarketing	16

1 Ervaringen met consumentenrechten



Ruim een derde van de duurzame* consumentengoederen wordt online gekocht

- Hoogopgeleiden kochten het afgelopen jaar weliswaar gemiddeld vaker duurzame goederen (93%), maar ze deden dit niet vaker dan gemiddeld online.
- Nederlanders ouder dan 65 jaar kochten minder vaak duurzame consumentengoederen (74% versus 86% gemiddeld).

86%
van de Nederlanders geeft aan het afgelopen
jaar duurzame producten aangeschaft te
hebben



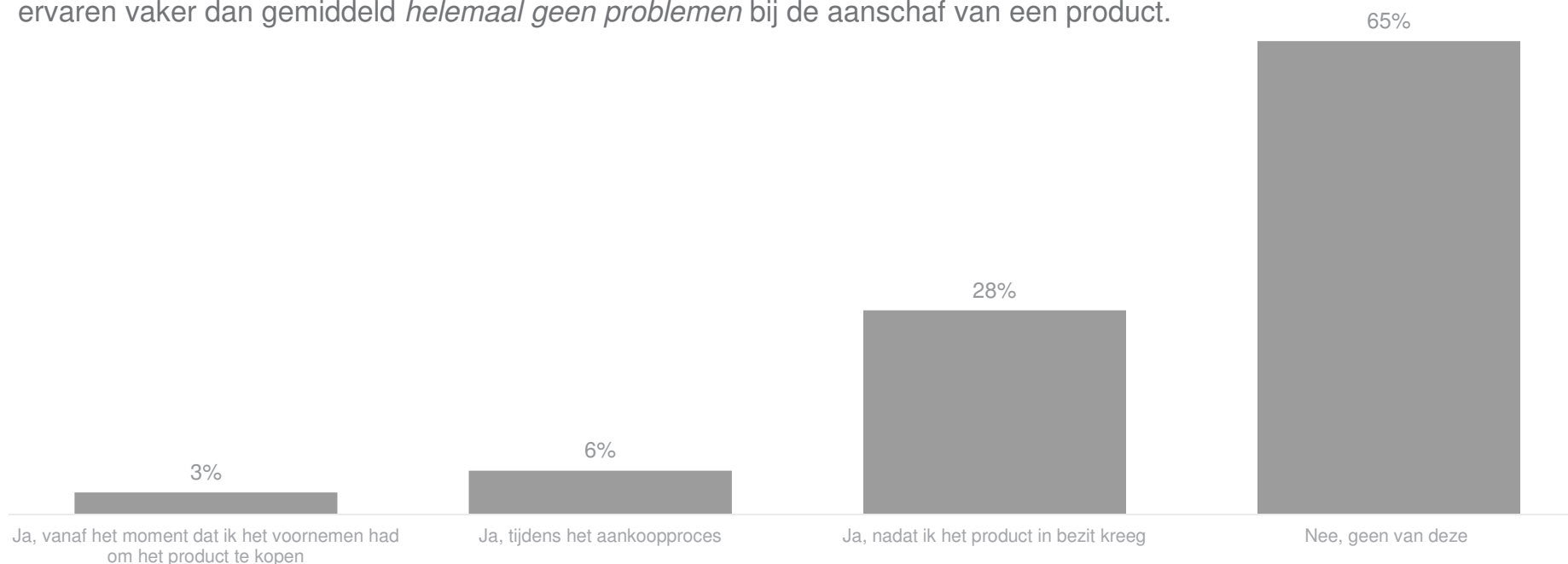
* Bij de term 'duurzame' consumentengoederen werd in de vragenlijst als uitleg gegeven: (...) 'zoals een stofzuiger, computer, (mobiele) telefoon, meubels, kleding, speelgoed, etc. Het gaat om producten die langer dan één keer gebruiken, meegaan'

Heeft u in het afgelopen jaar één of meerdere duurzame goederen aangeschaft zoals een stofzuiger, computer, (mobiele) telefoon, meubels, kleding, speelgoed, etc. Het gaat om producten die langer dan één keer gebruiken, meegaan. (n=1512)

Duurzame consumentengoederen (dus: producten die langer meegaan, geen voedsel en levensmiddelen) kunnen in de winkel of op afstand (bijvoorbeeld online) aangeschaft worden. Hoeveel procent van het totale aantal duurzame consumentengoederen dat u aanschaft doet u naar schatting online/ of op afstand? (n=1281)

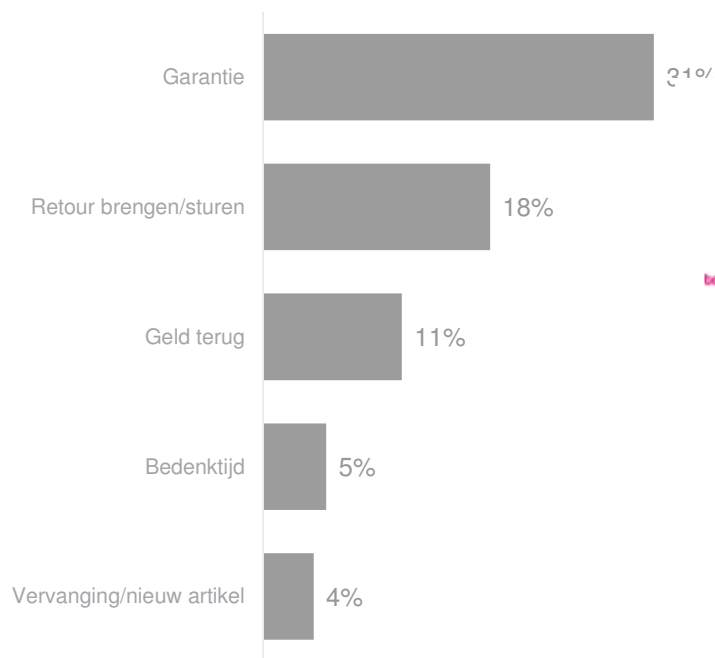
Meer dan een derde van de Nederlandse bevolking heeft aangegeven wel eens problemen te ondervinden bij/ tijdens het aanschaffen van een product

- Lager opgeleiden (71%) en middelbaar opgeleiden (67%) ervaren vaker *helemaal geen problemen* bij de aanschaf van een product dan hoger opgeleiden (58%).
- Hetzelfde geldt voor Nederlanders jonger dan 18 jaar (13-17jaar - 80%) én voor Nederlanders ouder dan 65jaar (78%): zij ervaren vaker dan gemiddeld *helemaal geen problemen* bij de aanschaf van een product.



Heeft u wel eens problemen ervaren bij het aanschaffen van een product? Dat kan gaan vanaf het moment dat u het voornemen had om een product te kopen, tijdens de aankoop, of nadat u het product in bezit kreeg. (n=1281)

Bij consumentenrechten denkt men vooral aan *garantie op en het retourneren van producten*



Het totaal aan rechten en plichten van consumenten bij de aankoop van goederen wordt consumentenbescherming genoemd. Als u aan uw rechten als consument denkt, wat komt dan als eerste bij u op? U kunt meerdere vormen van bescherming noemen. (n=1281)

Recht op uitschrijven van mailinglijsten meest gebruikte consumentenrecht

- Bij mensen die het afgelopen jaar wel eens duurzame consumentengoederen hebben gekocht, zien we enkele sociodemografische verschillen.
- Vrouwen (33%) hebben vaker dan mannen (23%) een beroep gedaan op de wettelijke bedenktijd bij de koop op afstand.
- Nederlanders tussen de 18 en 50 jaar hebben vaker een beroep gedaan op de wettelijke bedenktijd bij koop op afstand (54%) en het recht op garantie (39%) vergeleken met andere leeftijdsgroepen – Nederlanders jonger dan 18 jaar en 50 plussers.
- Recht op garantie wordt vooral door hoger opgeleiden gebruikt (55% hoogopgeleid; 35% laagopgeleid).
- Datzelfde geldt voor uitschrijven van een mailinglijst (71% hoogopgeleid; 35% laagopgeleid).



Uitschrijven van mailinglijsten

55%



Recht op garantie

46%



Wettelijke bedenktijd bij koop op afstand
(bijvoorbeeld retourneren kleding of annulering
telefonisch overeengekomen aankoop)

28%

Andere consumentenrechten:

- Recht op verzet (niet meer gebeld worden) (27%)
- Ongedaan maken van automatische verlenging abonnementen. Bijvoorbeeld tijdschriften (22%)
- Recht op service bij retourzending (als zonder melding vooraf voor een retourzending extra betaald moest worden (16%)
- Vernietigen van onterechte incasso (10%)
- Het recht om de producten geleverd te krijgen (nakoming overeenkomst (10%)
- Annulering van de koop vanwege misleidende reclame of verkeerde informatie (8%)
- Het niet betalen van ongevraagde zendingen (7%)
- Recht op nakomen van afgesproken prijs (bijvoorbeeld als u achteraf met extra kosten werd geconfronteerd (5%)
- Het niet verplicht zijn van het doen van ongeoorloofde aanbetalingen (3%)
- Recht op transparante prijzen (bijvoorbeeld bij de aankoop van vliegtickets) (2%)
- Vernietiging van ongeldige algemene voorwaarden (1%)
- Geen van deze (20%)

Op welke van onderstaande rechten heeft u weleens een beroep gedaan? Het maakt hierbij niet uit of deze poging succes had of niet (n=1281).

Meer dan helft heeft wel eens beroep gedaan op afmelden van een mailinglijst –soms wel, soms niet met succes



Uitschrijven van mailinglijsten

55%

“Krijg vaak ongevraagde aanbiedingen ik laat me altijd direct unsubscriben”

“<Aanbieder> bleef aanbiedingen geadresseerd sturen en heb gebruik gemaakt van verzet via de site van <aanbieder>”

“Ongevraagd op mailinglijsten gezet worden door een link in een mailtje. Daarna meteen uitschrijven”

“Ik had geen interesse meer in een nieuwsbrief maar ik blijf hem ontvangen. Het lukt mij niet om mij uit te schrijven”

“Als je mailadres eenmaal bekend is blijven bedrijven je "spammen" met aanbiedingen. Ik meld me altijd af voor maillijsten. Tot nu toe met succes”



Kunt u de betreffende situatie/ situaties beschrijven? (n=705)

Bijna helft heeft wel eens beroep gedaan op recht op garantie; vaakst wanneer het product kapot was of niet naar behoren functioneerde

“Koffiemachine had geen snoer en verkoper dacht dat we het snoer er zelf afgehaald hadden maar was duidelijk dat de fabriek een fout had gemaakt”

“Sporthorloge waarvan de band tot tweemaal toe kapot ging”

“Een laptop die niet aan de verwachtingen voldeed”



Recht op garantie

46%

“Zoals het kopen van een waterkoker deed het na een paar maanden niet meer en kreeg mijn geld terug”

“Had een stoomreiniger online gekocht. Bij ontvangst bleek dat het handvat al gescheurd was. Terug gestuurd, maar pas na 4 keer aandringen en dreigen met Radar kreeg ik mijn geld terug”

“Accu van e-bike voldeed absoluut niet aan de gestelde norm. Met allerlei smoezen werd ik afgescheept. Dure staafmixer met extra toebehoren werd niet voor ingestaan 2 maanden na de garantie”



Kunt u de betreffende situatie/ situaties beschrijven? (n=590)

Ruim kwart heeft wel eens beroep gedaan op recht op wettelijke bedenktijd bij koop op afstand; wordt vooral gebruikt bij het aanschaffen van kleding

“Bestelde kleding uit het buitenland voldeed niet. Kleding kon geretourneerd worden maar er zaten hoge kosten aan vast vanwege invoerrechten die ik niet vergoed kreeg + retourkosten”

“Kleding van de <webwinkel> die niet past of in het echt niet zo leuk is als verwacht”

“Afwijking maat kledingstuk”

“Het product was kleiner en mocht dus geretourneerd worden”

“Iets besteld en vond het toch niks”



Wettelijke bedenktijd bij koop op afstand
(bijvoorbeeld retourneren kleding of annulering
telefonisch overeengekomen aankoop)

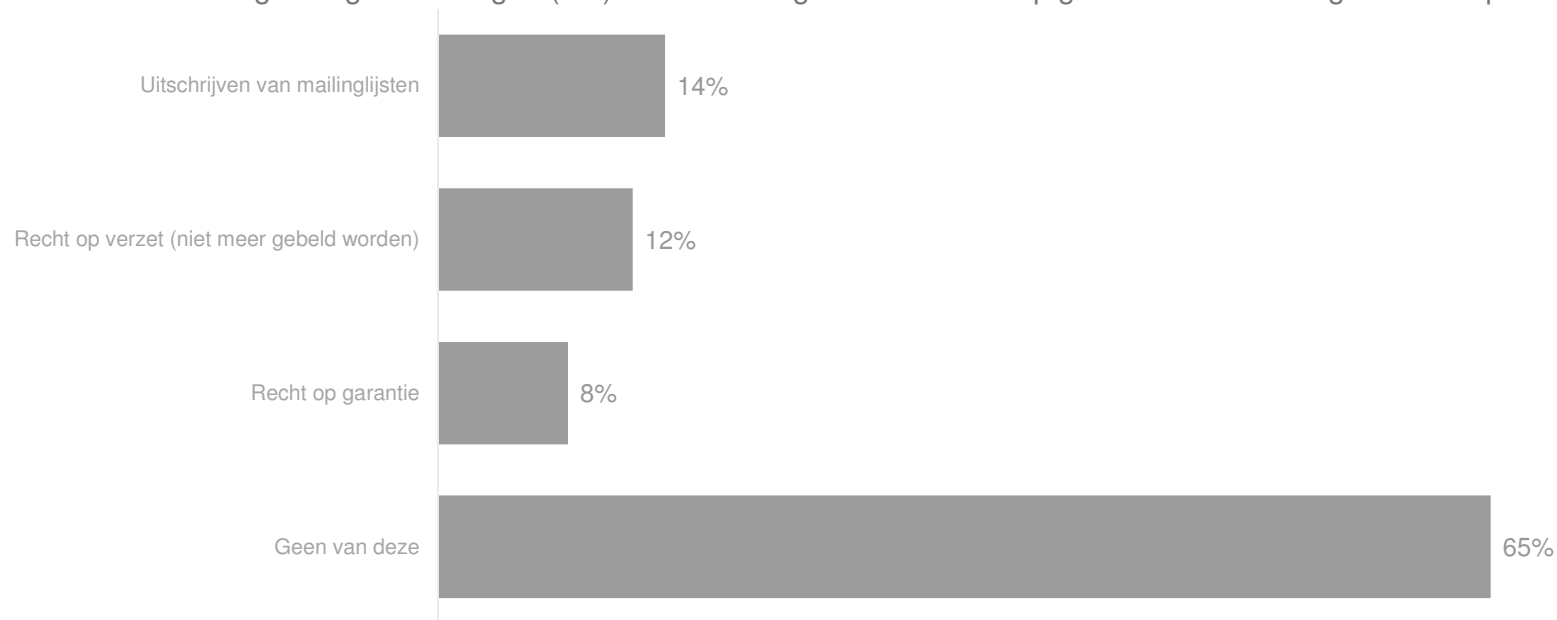
28%



Kunt u de betreffende situatie/ situaties beschrijven? (n=359)

Eén op de drie mensen die duurzaam goed aanschaffen heeft wel eens vergeefs beroep gedaan op een consumentenrecht

- Andere genoemde rechten waarop wel eens vergeefs beroep is gedaan: ongedaan maken van automatische verlenging abonnementen (3%), wettelijke bedenktijd bij koop op afstand (2%), recht op service bij retourzending (2%), het recht om de producten geleverd te krijgen (2%), annulering van de koop vanwege misleidende reclame of verkeerde informatie (1%), recht op nakomen van afgesproken prijs (1%) en het niet betalen van ongevraagde zendingen (1%). Twee derde geeft echter aan op geen enkel recht vergeefs beroep te hebben gedaan.



Op welke van deze rechten heeft u wel eens een beroep gedaan, maar is deze poging niet geslaagd? Basis: mensen die wel eens beroep hebben gedaan op een consumentenrecht (n=1019)

Consumenten duurzame goederen hechten vooral veel belang aan recht op garantie

- Nederlanders tussen de 18 en 50 jaar vinden de wettelijke bedenktijd bij koop op afstand iets belangrijker (38%) dan de overige leeftijdsgroepen (jongeren 26%, ouder dan 50 jaar 24%).



Recht op garantie

59%



Wettelijke bedenktijd bij koop op afstand (bijvoorbeeld retourneren kleding of annulering telefonisch overeengekomen aankoop)

32%



Het recht om de producten geleverd te krijgen (nakoming overeenkomst)

30%

Hieronder treft u weer een lijst aan met consumentenrechten. Als u moet kiezen: aan welke rechten (maximaal drie) hecht u het meeste belang? Wat moet absoluut blijven bestaan? Kunt u het meest belangrijke recht als eerste aanvinken? (n=1281)

Andere consumentenrechten:

- Recht op nakomen van afgesproken prijs (bijvoorbeeld als u achteraf met extra kosten werd geconfronteerd) (26%)
- Ongedaan maken van automatische verlenging abonnementen. Bijvoorbeeld tijdschriften (19%)
- Het niet betalen van ongevraagde zendingen (18%)
- Annulering van de koop vanwege misleidende reclame of verkeerde informatie (17%)
- Vernietigen van onterechte incasso (15%)
- Recht op service bij retourzending (als zonder melding vooraf voor een retourzending extra betaald moest worden) (15%)
- Uitschrijven van mailinglijsten (12%)
- Recht op transparante prijzen (bijvoorbeeld bij de aankoop van vliegtickets) (11%)
- Recht op verzet (niet meer gebeld worden) (9%)
- Het niet verplicht zijn van het doen van ongeoorloofde betalingen (8%)
- Vernietiging van ongeldige algemene voorwaarden (2%)
- Geen van deze (4%)

Nagenoeg niemand weet spontaan rechten te noemen die aan het consumentenrecht toegevoegd zouden moeten worden

95%

Heeft geen behoefte aan andere rechten of zaken

“Recht op deugdelijk product is altijd lastig. Garantie is vaak wel duidelijk, dat moet binnen de twee jaar opgelost worden. Maar wanneer je het vermoeden hebt dat je niet met een deugdelijk product te maken hebt heb je vaak een probleem”

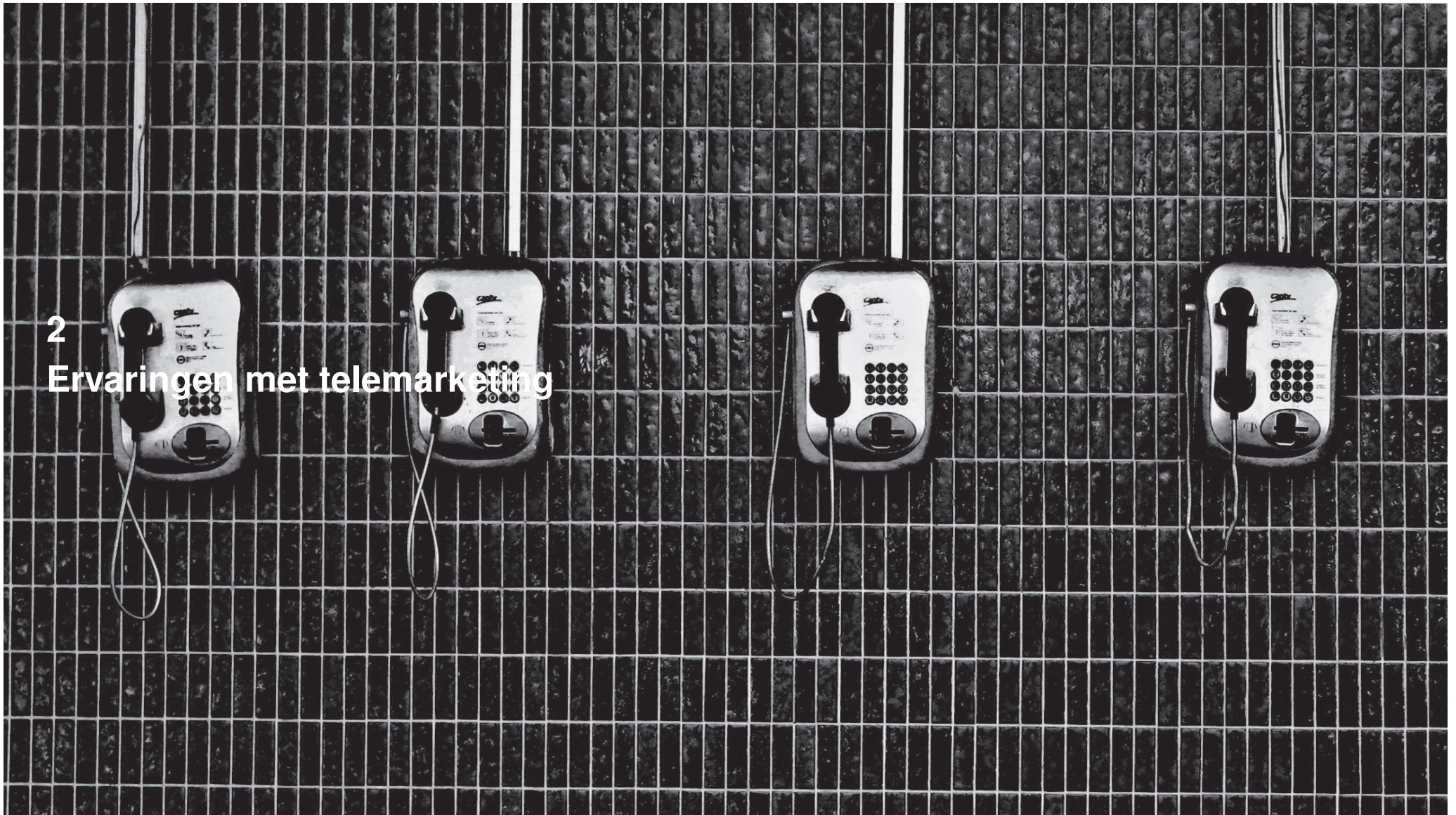
“Verplichte controles voor webshops om een goed overzicht van gegevens te geven (betaalgegevens en saldo bij krediet). Dit wordt naar mijn mening te weinig of onoverzichtelijk gedaan. Meer uniformiteit op dat vlak zou consumenten een beter beeld verschaffen van de gedane transacties. Ook bij betaling zaken meteen bijwerken in een overzicht zou meer overzicht geven”

“Betere voorlichting over bijvoorbeeld ketenaansprakelijkheid: de leverancier moet het zelf oplossen en niet de consument het product naar de fabrikant laten retourneren”

Zijn er nog zaken, zoals informatie of rechten, waar u behoefte aan heeft maar die u nu mist? (n=1281)

2

Ervaringen met telemarketing



Vier op de vijf Nederlanders zijn wel eens benaderd door een telemarketeer

- Nederlanders jonger dan 18 jaar worden nauwelijks gebeld met een aanbod op initiatief van een bedrijf (28%), terwijl Nederlanders tussen de 35 en 50 jaar veruit het vaakst gebeld worden (89%).
- Hoger opgeleiden worden vaker benaderd met een aanbod op initiatief van een bedrijf dan lager opgeleiden (92% vs 62%).

79%

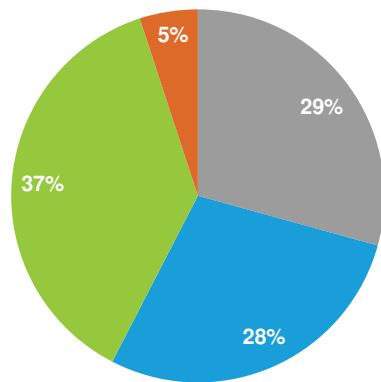
van de Nederlanders is wel eens gebeld met
een aanbod voor een product of dienst

Nu volgen enkele vragen over telemarketing. Bent u wel eens op initiatief van een bedrijf gebeld met een aanbod? Het kan gaan om diverse soorten producten en diensten (zoals abonnementen). (n=1281)

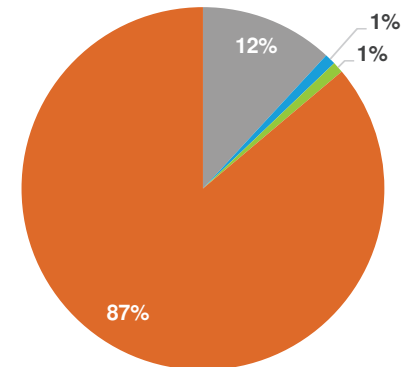
Hoe vaak bent u, schat u zelf in, **het afgelopen jaar** gebeld met een aanbod voor een product of dienst? (n=974)

Meer dan een derde is het afgelopen jaar vijf keer op vaker gebeld met een aanbod voor een product of dienst

- Overgrote meerderheid (87%) gaat niet op deze aanbiedingen in.



■ 1 of 2 keer ■ 3 of 4 keer ■ 5 keer of vaker ■ Niet



■ 1 of 2 keer ■ 3 of 4 keer ■ 5 keer of vaker ■ Niet

Hoe vaak bent u, schat u zelf in, **het afgelopen jaar** gebeld met een aanbod voor een product of dienst? (n=1031)

U heeft aangegeven dat u het afgelopen jaar wel eens bent gebeld met een aanbod voor een product of dienst. Hoe vaak bent u het afgelopen jaar ingegaan op het aanbod van het bedrijf dat u heeft gebeld (bijvoorbeeld: u sloot een proefabonnement af)? (n=974)

Nagenoeg alleen maar negatieve ervaringen met telemarketeers

“Het is heel irritant: lange verhalen waar je bijna niet tussenkomt. Aan het eind kun je je afmelden, maar dan moet je een bandje van 5 minuten afluisteren”

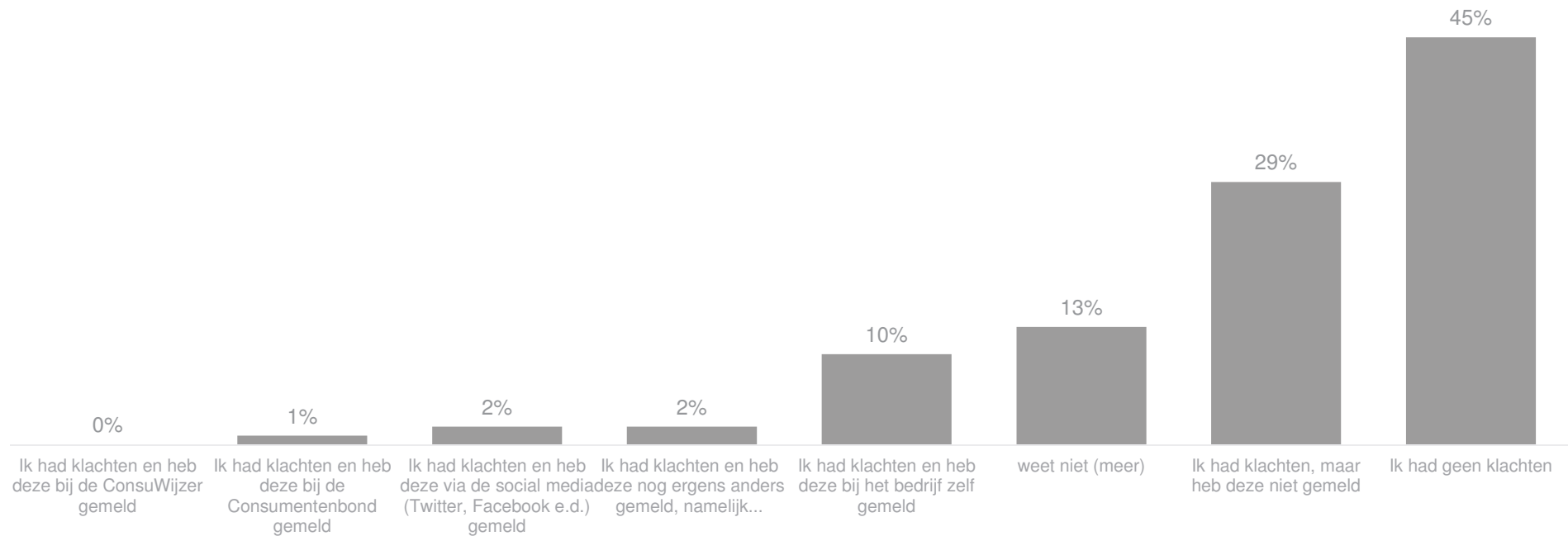
“Men probeert je altijd iets aan smeren (waar je geen behoefte aan hebt, anders had je het al) zoals kranten, wijnen, energie vaak met actie aanbiedingen. Als je goede doelen steunt vragen ze altijd meer geld te geven. ik heb er geen zin in en probeer zo kort en duidelijk mogelijk te zijn”

“Soms moet ik me verdedigen waarom ik niet meedoe. Ik kan het "bel- me- niet" register vragen me niet meer te bellen, maar dat werkt slecht”

“Zodra de telemarketeer zijn woordenvloed even moet onderbreken om adem te halen, zeg ik gelijk dat ik niet geïnteresseerd ben in wat voor dienst of product dan ook. Soms is dat genoeg, maar meestal doen ze dan nog een tweede of derde poging. Ik zeg dan, u doet uw best maar ik ben echt niet geïnteresseerd. Waarna ik ophang”

Kunt u in uw eigen woorden beschrijven welke ervaringen u het afgelopen jaar heeft gehad met telefonische verkoopgesprekken? U kunt meerdere ervaringen delen. (n=974)

Ongeveer de helft van de Nederlanders heeft klachten naar aanleiding van telemarketing, slechts een klein deel meldt deze



Het kan voorkomen dat u klachten of bezwaren had naar aanleiding van een telefonisch verkoopgesprek. Had u deze, en zo ja, waar heeft u deze gemeld? (n=974)

Onderzoeksverantwoording

Onderzoek	Ervaringen consumentenbescherming en telemarketing
Doel onderzoek	Kantar Public heeft in opdracht van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat onderzoek gedaan naar de kennis en houding van Nederlanders ten aanzien van (ervaringen met) consumentenbeschermingsrechten en telemarketing.
Werving	Respondentenpanel van TNS Nipobase
Steekproefgrootte	Bruto uitgezet n=2500 representatief voor geslacht, leeftijd (13+), opleiding, regio en gezinsgrootte. Na afloop is de respons op de ideaalcijfers voor deze achtergrondgegevens herwogen. Verhoudingen na respons: sekse - man 49% en vrouw 51%, leeftijd - jongeren 13-34 jaar 32%, middelbare leeftijd 35-54 jaar 33% en 55 jaar en ouder 35%, hoogst gevolgde opleiding – laag 26%, midden 41% en hoog 33%.
Respons	Initiële respons: 60%. Effectieve respons (afgelopen jaar duurzaam goed/ product aangeschaft): 51%.
Veldwerkperiode	20 november t/m 29 november 2017
Methode	Computer Assisted WebInterviewing (online)
Vragenlijstlengte	Gemiddeld 8 minuten