

Consumentenautoriteit

Terugblik 2010-2011

Inhoud

Voorwoord

Handhaven en informeren

Versterken van de positie van de consument

- ConsuWijzer

Samenwerking met andere partijen

- Nationale samenwerking
- Internationale samenwerking

Resultaten

ConsuWijzer

Toezicht en handhaving

Agenda 2010-2011

Consumentenproblemen

1 Oneerlijke handelspraktijken online

2 Agressieve en misleidende werving

3 Garantie en conformiteit

Ontwikkelingen

4 Nieuwe wettelijke taken

5 De grensoverschrijdende consument

Zaken buiten de Agenda

Administratieve lasten

De Consumentenautoriteit in cijfers

<korte corporate tekst in binnenflap>

De Consumentenautoriteit:

Voor eerlijke handel tussen bedrijven en consumenten

Om eerlijke handel tussen bedrijven en consumenten te bevorderen ziet de Consumentenautoriteit sinds 1 januari 2007 in Nederland toe op de naleving door bedrijven van consumentenrechten. De belangrijkste taken van de Consumentenautoriteit zijn het aanpakken van collectieve overtredingen van het consumentenrecht en het vergroten van kennis bij consumenten en ondernemers over hun rechten en plichten. Bij de Consumentenautoriteit werken bijna 50 mensen (45,3 fte). De Consumentenautoriteit is een dienst van het ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie.

Terugblik 2010 - VOORWOORD

In deze Terugblik doet de Consumentenautoriteit verslag van het eerste jaar van haar tweejarige Agenda voor 2010 en 2011. Het jaar 2010 was voor de Consumentenautoriteit in meerdere opzichten een bijzonder jaar. Maar ook voor mij persoonlijk: het was mijn eerste jaar als directeur van de Consumentenautoriteit.

De Consumentenautoriteit heeft in 2010 de eerste boetes opgelegd op basis van de Wet oneerlijke handelspraktijken (OHP). De toegevoegde waarde van de wet wordt duidelijk zichtbaar: de Consumentenautoriteit kan slagvaardiger optreden en flink hogere boetes opleggen. Deelde de Consumentenautoriteit in 2009 voor ongeveer 400.000 euro aan boetes uit, in 2010 ging het om meer dan 2,5 miljoen euro. Twee keer deelden we een boete uit van ruim 1 miljoen euro aan een bedrijf. Dit zijn stevige, niet te negeren signalen dat oneerlijke handelspraktijken niet worden getolereerd.

In 2010 werd ConsuWijzer verkozen tot beste overheidswebsite van het jaar. Deze publieksprijs is een mooi compliment. Ook uit het klanttevredenheidsonderzoek blijkt dat consumenten blij zijn met ConsuWijzer: ze voelen zich goed geholpen. In 2010 verdubbelde het gebruik van de voorbeeldbrieven die op de website van ConsuWijzer staan naar een half miljoen. De brieven zijn een voorbeeld van 'empowerment', het helpt consumenten om zelf hun recht te halen. ConsuWijzer biedt dagelijks een directe blik op consumentenproblemen en is onmisbaar voor toezicht op de naleving en handhaving van consumentenrechten. In 2010 kreeg ConsuWijzer 100.000 meldingen van consumenten.

Gezien de beperkte omvang van de organisatie zal de Consumentenautoriteit prioriteiten moeten blijven stellen in de vorm van een Agenda met aandachtsgebieden. Het werken met de tweejaarlijkse Agenda bevalt goed. Deze tijdspanne biedt goede mogelijkheden om structurele gedragsverandering te bewerkstelligen bij bedrijven en om weerbarstige consumentenproblemen aan te pakken.

Aangezien consumentenproblemen steeds vaker grensoverschrijdend zijn, is de Consumentenautoriteit ook internationaal actief. We leveren een actieve bijdrage aan het Europese CPC-netwerk en zijn een jaar voorzitter van het mondiale netwerk ICPEN. Binnen beide netwerken worden kennis en ervaring uitgewisseld en leren toezichthouders van elkaar via 'best practices'.

De Consumentenautoriteit staat stevig op haar twee benen van voorlichten en handhaven. Ik ben trots op de organisatie en op de betrokkenheid en gedrevenheid van de medewerkers. De resultaten van de eerste evaluatie van de Consumentenautoriteit, die medio 2011 zullen verschijnen, zie ik dan ook met vertrouwen tegemoet. De evaluatie valt samen met de verkenningen om tot een fusie te komen tussen de NMa, OPTA en de Consumentenautoriteit. De uitkomst hiervan is nog niet bekend. Ik spreek de hoop en verwachting uit dat, zeker in een tijd van groeiende internationalisering en de steeds grotere impact van internet, het belang van consumenten stevig verankerd zal zijn in de taken van de nieuw te vormen toezichthouder.

Mr. Bernadette van Buchem
Directeur Consumentenautoriteit

Sinds 1 april 2010 is Bernadette van Buchem directeur van de Consumentenautoriteit. Zij volgde Marije Hulshof op, die per 1 januari 2010 directeur is van NL EVD Internationaal bij Agentschap NL (uitvoeringsagentschap van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie). Bernadette van Buchem werkte eerder ad interim voor onder andere het ministerie van Justitie en de gemeente Den Haag. Daarvoor was zij werkzaam bij het ministerie van Economische Zaken, ondermeer als adjunct secretaris-generaal en directeur Interne Zaken.

Handhaven en informeren

Versterken van de positie van de consument

De Consumentenautoriteit ziet sinds 1 januari 2007 erop toe dat bedrijven de wetgeving voor consumentenbescherming naleven. Haar missie is: *het bevorderen van eerlijke handel tussen bedrijven en consumenten, met de economische belangen van consumenten als uitgangspunt.*

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

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

<in kader/kantlijn/ballon>

Bevoegdheden Consumentenautoriteit:

- onderzoek instellen om vast te stellen of regels worden overtreden
- bij overtredingen kan worden besloten tot:
 - een bestuursrechtelijk traject: de Consumentenautoriteit kan na het opmaken van een rapport een boete en/of last onder dwangsom opleggen
 - of een civielrechtelijk traject: de Consumentenautoriteit verzoekt het Gerechtshof een uitspraak te doen
- bij minder ernstige overtredingen kan de Consumentenautoriteit 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 moet aantoonbaar maatregelen nemen om de overtreding(en) te beëindigen
- zaken waarin (mogelijk) ook sprake is van een strafrechtelijk delict kunnen worden overgedragen aan het Openbaar Ministerie.

<einde kader>

ConsuWijzer

Dit informatieloket voor consumenten 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 consument bewust maken van zijn rechten en plichten en praktisch advies geven over hoe hij zelf in actie kan komen om zijn probleem op te lossen. Als de vraag buiten het terrein van een van de drie genoemde toezichthouders valt, wijst ConsuWijzer de weg naar andere organisaties. Consumenten kunnen via www.consuwijzer.nl, telefonisch en schriftelijk een vraag stellen, een klacht melden, informatie zoeken en voorbeeldbrieven downloaden. Tegelijkertijd bieden de vragen en klachten bij ConsuWijzer biedt de Consumentenautoriteit goed zicht op wat er in de markt speelt. Het loket vervult daarmee een belangrijke signaalfunctie.

Samenwerking met andere partijen

Nationale samenwerking

De Consumentenautoriteit werkt intensief samen met andere toezichthouders, maatschappelijke organisaties en zelfreguleringsinstanties. Zo nodig vindt afstemming plaats met andere toezichthouders, zoals de OPTA, de NMa en de Autoriteit Financiële

Markten (AFM), over hoe inbreuken op consumentenrechten het beste kunnen worden aangepakt.

De samenwerking met maatschappelijke partijen krijgt nader vorm in het 'Maatschappelijk Overleg', dat de Consumentenautoriteit op grond van de Whc periodiek met consumenten- en ondernemingsorganisaties voert. Hier worden onder andere de actualiteiten en prioriteiten besproken. De Consumentenautoriteit participeert verder in het zogeheten 'Markttoezichthoudersberaad', waarin naast genoemde toezichthouders ook de NZa en DNB participeren. Uitwisseling van kennis en ervaring staat hierin centraal.

Partners in het Maatschappelijk Overleg:

Consumentenbond

ECC-net

Het Juridisch Loket

MKB Nederland

Stichting De Ombudsman

Stichting Geschillencommissies voor consumentenzaken

Stichting Reclame Code

VNO-NCW

Internationale samenwerking

De Consumentenautoriteit heeft op internationaal niveau contacten met een aantal partners. In de eerste plaats treedt de Consumentenautoriteit samen met collega-autoriteiten uit andere lidstaten van de EU op tegen grensoverschrijdende overtredingen in Europees verband. Hiertoe maakt zij deel uit van het netwerk van Europese consumententoezichthouders CPC (Consumer Protection Cooperation). 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' voor de andere toezichthouders in Nederland die zijn aangesloten bij het CPC-netwerk¹.

Op mondiaal niveau participeert de Consumentenautoriteit in ICPEN (the International Consumer Protection and Enforcement Network). ICPEN is het wereldwijde netwerk van consumentenautoriteiten. Inmiddels zijn meer dan 40 landen bij het netwerk aangesloten, waaronder naast Europese landen ook landen als de Verenigde Staten, Canada, Australië en China. ICPEN heeft als doel het samenwerken en uitwisselen van ervaringen en 'best practices' op het gebied van toezicht en handhaving enerzijds en consumentenvoorlichting anderzijds. Jaarlijks wordt wereldwijd aandacht besteed aan misleidende handelspraktijken tijdens Fraud Prevention Month. De Consumentenautoriteit is van juli 2010 tot juli 2011 voorzitter van ICPEN.

¹ Dit zijn: Autoriteit Financiële Markten, Inspectie voor de Gezondheidszorg, Voedsel en Warenautoriteit, Commissariaat voor de Media en Inspectie Verkeer en Waterstaat

Resultaten

Wat heeft de Consumentenautoriteit in 2010 ondernomen en bereikt ter versterking van de positie van de consument?

ConsuWijzer

ConsuWijzer helpt consumenten zelf hun probleem met hun aanbieder op te lossen. Op het moment dat het probleem te groot blijkt voor individuele consumenten om zelf op te lossen, kan de toezichthouder in actie komen. Consumenten weerbaar maken en toezicht houden gaan hand in hand.

In 2010 heeft ConsuWijzer rond de 100.000 vragen en signalen van consumenten ontvangen. De signalen zijn van groot belang voor de toezichthouders achter het loket, die naar aanleiding hiervan diverse onderzoeken zijn gestart.

In 2010 is de kwaliteit en vindbaarheid van de informatie op de website van ConsuWijzer verder verbeterd. Hierdoor vinden consumenten nu sneller en eenvoudiger de voor hen relevante informatie, zowel als zij binnen de website van ConsuWijzer zoeken als wanneer zij bij zoekmachines relevante zoektermen gebruiken. Een duidelijke indicator van het effect van de aanpassingen is het aantal bezoeken. Dit is met 15 procent gestegen ten opzichte van 2009, naar 2.350.000. Ook de toename van het aantal geraadpleegde voorbeeldbrieven is opmerkelijk in het kader van het 'empoweren' van consumenten. Dit aantal verdubbelde naar een half miljoen in 2010. In 2010 handelde ConsuWijzer 57.000 telefoongesprekken en 40.000 e-mails af.

De website is in 2010 nog beter toegankelijk geworden. Sinds november 2010 mag ConsuWijzer.nl het Waarmerk Drempelvrij prioriteit 2 voeren. Dit betekent dat de website zeer goed scoort wat betreft gebruiksvriendelijkheid en toegankelijkheid voor mensen met een handicap of functiebeperking.

Top vijf meldingen bij ConsuWijzer in 2010

1. misleidende en/of agressieve verkoopmethoden
2. garantie en non-conformiteit
3. rekeningen en betalen (bijvoorbeeld onduidelijke energienota's)
4. ontbinden overeenkomst
5. onduidelijke voorwaarden overeenkomst

Top vijf verkoopkanalen waarover wordt geklaagd

1. telefoon
2. winkel (inclusief markt)
3. internet (webshops)
4. post
5. sms

Top vijf sectoren waarover wordt geklaagd

1. telecom
2. energie
3. elektronica / witgoed / huishoudelijke apparaten
4. detailhandel in wonen
5. sms-diensten / ringtones

Top vijf best bezochte pagina's in 2010

1. telemarketing / bel-me-niet
2. voorbeeldbrieven
3. abonnement opzeggen
4. elektronica en huishoudelijke apparatuur
5. internet, telefonie, kabel en post

Voorlichting

Naast het dagelijks beantwoorden en registreren van vragen en klachten voert de Consumentenautoriteit voorlichtingscampagnes om consumenten weerbaarder te maken met betrekking tot een specifiek thema. In 2010 stonden colportage en garantie centraal. De campagne in het kader van de Fraud Prevention Month wees consumenten op hun rechten bij verkoop aan de deur. Onderdeel van de campagne was de 'DeurWijzer', met handige tips voor het moment dat er een verkoper voor de deur staat.

Daarnaast heeft de Consumentenautoriteit in samenwerking met het Juridisch Loket de 'Recht op rechte dagen' over garantie georganiseerd. Consumenten konden juridisch advies inwinnen over hun defecte apparaat en werden geholpen bij het halen van hun recht. Beide campagnes hebben veel publiciteit opgeleverd en daarmee een hoog bereik. (Zie ook pagina xx.)

Net als voorgaande jaren heeft ConsuWijzer elke week een vraag beantwoord in Spits en werden relevante besluiten van de drie toezichhouders achter ConsuWijzer via nieuwsberichten op ConsuWijzer bekend gemaakt. Ook heeft ConsuWijzer door het jaar heen meegewerkt aan diverse radio- en televisieprogramma's om consumenten voor te lichten over hun rechten als consument. In de media is veel aandacht voor consumentenzaken.

Marketing

Naamsbekendheid: corporate campagne

Eind oktober 2010 is de campagne 'Ga naar ConsuWijzer.nl' van start gegaan. Doel van de campagne is het vergroten van de naamsbekendheid van ConsuWijzer. De campagne bestaat uit radiocommercials en advertenties in dagbladen, online versterkt door geïntegreerde banners en Google Ad's. De campagne loopt door tot eind 2011. In de commercials bezingt cabaretier Hans Dorrestijn op ironische wijze wat hem als consument allemaal overkomt en is zijn terugkerende conclusie: ik moet naar consuwijzer.nl. In de advertenties staat het nieuwe 'character' van ConsuWijzer.nl centraal.

In 2010 is in totaal zes weken campagne gevoerd. Uit de tussentijdse effectmeting is gebleken dat de geholpen naamsbekendheid met 11 procent is gestegen van 29 naar 40 procent ten opzichte van de periode voorafgaand aan de campagne. In 2011 volgen er, verspreid over het jaar, nog tien campagneweeken.

Marketing van de website

De in 2009 met succes ingezette strategie op het gebied van online marketing is voortgezet in 2010. Het aantal bezoeken aan de website via zoekmachines en relevante advertenties op andere websites is wederom sterk toegenomen en is goed voor circa 74 procent van alle bezoeken. Verder is een door ConsuWijzer ontwikkeld innovatief advertentiesysteem voor banners in gebruik genomen. Hiermee kan ConsuWijzer binnen enkele uren nieuwe online bannercampagnes uitzetten over een specifiek consumentenprobleem. Dit heeft niet alleen aantoonbaar effect gehad op de kwantiteit van het aantal webbezoeken, maar juist ook op de kwaliteit en relevantie van het bezoek. Consumenten die zich op relevante pagina's bevinden en/of relevante zoektermen intikken op zoekmachines, komen al snel op de juiste pagina van ConsuWijzer.nl terecht voor het antwoord op hun vraag.

Libelle zomerweek

In mei 2010 heeft ConsuWijzer, samen met de vertegenwoordiging in Nederland van de Europese Commissie en het Europees Consumenten Centrum (ECC), deelgenomen aan de Libelle zomerweek, die door zo'n 82.000 mensen werd bezocht. Het doel was primair het vergroten van de naamsbekendheid van ConsuWijzer en het ECC. Daarnaast werden consumenten op een laagdrempelige manier bewust gemaakt van hun rechten. Zo konden zij in de gezamenlijke 'ConsuTent' onder andere deelnemen aan een consumentenquiz, veelal gepresenteerd door bekende Nederlanders en politici.

Kwaliteit

Beste Overheidswebsite 2010

ConsuWijzer is in 2010 uitgeroepen tot de Beste Overheidswebsite van 2010. De website ontving van het publiek de hoogste waardering qua inhoud, ontwerp en navigatie van alle genomineerde overheidswebsites. Het was voor het eerst dat ConsuWijzer.nl genomineerd was voor de publieksprijs 'Website van het Jaar'. De Website van het Jaar-award is de grootste online verkiezing van Nederland. Meer dan 1,5 miljoen mensen brachten hun stem uit.

Consumenten goed geholpen door ConsuWijzer

Uit het jaarlijkse onderzoek naar de tevredenheid van de klanten over de dienstverlening van ConsuWijzer blijkt opnieuw dat consumenten tevreden zijn over de wijze waarop ze te woord worden gestaan. Gemiddeld krijgt ConsuWijzer een 7,4. Dit cijfer is iets hoger dan in 2009 (7,3). Bezoekers van de website zijn duidelijk meer tevreden dan voorgaande jaren. De hoge waardering uit zich niet alleen in een mooi rapportcijfer (7,4), maar ook in de goede klantenbinding: het overgrote deel van de consumenten is van plan om in de toekomst gebruik te maken van de diensten van ConsuWijzer.

Mobiele website

Het aantal consumenten met internet op hun mobiel is de afgelopen twee jaar explosief gestegen. Daarom heeft ConsuWijzer in augustus m.consuwijzer.nl gelanceerd, de speciale website voor gebruik op mobiele telefoons. De site betekent een nog betere dienstverlening van ConsuWijzer: consumenten met internet op hun mobiel hebben nu altijd en overal praktische informatie over hun rechten bij de hand. De mobiele site is geen kopie van de reguliere site. Hij is speciaal bedoeld voor gebruik op locatie en bevat direct bruikbare adviezen voor consumenten in bijvoorbeeld winkels, op straat of op het vliegveld. De mobiele site is in een paar maanden tijd al zo'n 7.000 keer geraadpleegd.

Toezicht en handhaving

In 2010 zijn 74 toezichtsonderzoeken afgerond: 39 nationale en 35 internationale.

Agenda 2010

In 2010 werkte de Consumentenautoriteit voor het eerst op basis van een tweejarige Agenda voor de jaren 2010 en 2011. Wat is de voortgang in de aanpak van de vijf onderwerpen uit de Agenda?

Consumentenproblemen

1 Oneerlijke handelspraktijken online

Wat is het probleem en hoe pakt de Consumentenautoriteit dit aan?

Bij aankopen via internet kan een consument een product niet eerst bekijken of zien met wie hij zaken doet. Daarom zijn er wettelijke regels speciaal voor online verkoop. Sommige bedrijven houden zich hieraan echter nog onvoldoende.

De Consumentenautoriteit heeft 2010 en 2011 uitgetrokken om twee branches op hun wettelijke plichten aan te spreken. Het gaat om bedrijven die toegangskarten voor concerten en evenementen via internet doorverkopen en bedrijven die sms-diensten aanbieden. Hierover komen veel meldingen binnen bij ConsuWijzer. Ook heeft de Consumentenautoriteit een eerste onderzoek gedaan naar reclame-uitingen op social media.

Online doorverkoop van toegangskarten

Veel mensen weten bij het kopen van toegangskarten via internet niet dat het om doorverkochte karten gaat en wat dat betekent. Zo blijken karten soms ongeldig of is de consument zijn geld kwijt als het evenement niet doorgaat.

Websites onderzocht

In augustus 2009 is de Consumentenautoriteit begonnen met alle bedrijven achter de haar bekende websites (24 in totaal) voor doorverkoop van toegangskaarten schriftelijk te informeren over de wettelijke verplichtingen op het gebied van consumentenbescherming.

In het eerste kwartaal van 2010 heeft de Consumentenautoriteit de websites hierop gecontroleerd en de bedrijven achter de sites gewezen op de overtredingen op hun websites. Vervolgens zijn zij in de gelegenheid gesteld de websites aan te passen. Na het verstrijken van de termijn hiervoor zijn alle websites opnieuw gecontroleerd, waarna de Consumentenautoriteit de resultaten hiervan in mei naar buiten heeft gebracht. Een van de conclusies was dat op geen van de gecontroleerde websites alle overtredingen volledig waren beëindigd. Daarop heeft de Consumentenautoriteit aangekondigd handhavend te zullen optreden, waarbij het uitgangspunt is dat de grootste websites met de meeste overtredingen als eerste worden aangepakt.

Dwangsommen

In augustus 2010 heeft de Consumentenautoriteit aan vier bedrijven met in totaal vijf websites lasten onder dwangsom opgelegd, omdat zij op hun verkoopsites de wettelijke regels voor informatievoorziening aan consumenten nog steeds onvoldoende naleven. De Consumentenautoriteit heeft geëist dat zij hun websites aanpassen op punten als: de vermelding dat het om doorverkochte tickets gaat, informatie over de mogelijke risico's die consumenten hierdoor kunnen lopen, het op de juiste manier vermelden van de prijs en het vermelden van de gegevens over het bedrijf achter de website. In december 2010 heeft de Consumentenautoriteit aan vier andere doorverkopers lasten onder dwangsom opgelegd voor vergelijkbare overtredingen.

Als de ondernemingen de aanpassingen niet tijdig doorvoeren, moeten zij dwangsommen betalen tot 5.000 euro per week per overtreding, tot een maximum van 100.000 euro per overtreding. Alle bedrijven hadden toegezegd de vereiste aanpassingen te zullen doorvoeren. Bij een controle van de vijf websites waaraan in augustus 2010 de lasten onder dwangsom waren opgelegd, bleek dat alle vijf websites niet volledig aan alle verplichtingen voldeden. Daarom moesten zij dwangsommen betalen met een totale waarde van 25.000 euro. Begin 2011 wordt duidelijk of van de tweede groep wel alle bedrijven aan de opgelegde lasten voldoen.

Sms-diensten

Bij sms-diensten gaat het om diensten via de mobiele telefoon, zoals ringtones, games en in toenemende mate ook andere entertainment- en abonnementsdiensten. Doordat technisch steeds meer mogelijk is, is het aanbod voortdurend in beweging en komen er steeds nieuwe diensten bij. Ondanks de SMS-Gedragscode van de branche ontvangt ConsuWijzer nog steeds veel klachten, vooral over misleidende of onduidelijke informatie. De consument denkt de uitslag van bijvoorbeeld een test te ontvangen, laat daarvoor zijn mobiele nummer achter en zit ineens ongewild aan een sms-abonnement vast. Vervolgens kan hij het abonnement moeilijk stoppen, omdat de aanbieder niet gemakkelijk is te achterhalen.

Boete Celdorado

Na afronding van een grootschalig onderzoek heeft de Consumentenautoriteit in juni aan Artiq Mobile B.V. en Blink International B.V. een boete opgelegd van in totaal 1.190.000 euro voor misleidende sms-diensten.

Artiq Mobile B.V. is een van de grootste sms-dienstaanbieders in Nederland. Onder de naam Celdorado biedt het bedrijf consumenten via internet en televisie abonnementen op sms-diensten aan. De enige bestuurder en aandeelhouder van Artiq Mobile B.V. is Blink International B.V.

Naar aanleiding van meldingen van consumenten bij ConsuWijzer en verschillende handnavingsverzoeken uit het buitenland heeft de Consumentenautoriteit onderzoek

gedaan naar internetuitingen en televisiecampagnes van Celldorado. Hieruit bleek dat het bedrijf de regels overtrad.

Zowel bij de internetuitingen als bij de televisiecampagnes heeft Celldorado de consument misleid over onder meer de aard en de belangrijkste kenmerken van zijn dienst. Door de algehele presentatie zette Celldorado de consument op het verkeerde been en was het niet duidelijk dat de aanbiedingen op internet en televisie betrekking hadden op een betaalde abonnementsdienst. Zo liet het bedrijf essentiële informatie weg of werd deze informatie onduidelijk, onbegrijpelijk of dubbelzinnig gepresenteerd. Het ging daarbij over de prijs, de technisch noodzakelijke eigenschappen van de mobiele telefoon en over de wijze waarop het abonnement kan worden beëindigd. Consumenten konden hierdoor onbedoeld een abonnement afsluiten waar zij maar moeilijk weer van afkwamen.

Naast de opgelegde boetes heeft de Consumentenautoriteit meerdere lasten onder dwangsom opgelegd die ervoor moeten zorgen dat Celldorado zijn activiteiten zo snel mogelijk in overeenstemming brengt met de wet. Het bedrijf heeft bezwaar aangetekend tegen het sanctiebesluit.

Verzoek aan Duitsland

De Consumentenautoriteit heeft in 2010 ook onderzoek gedaan naar een aanbieder van sms-diensten uit Duitsland. Deze aanbieder richt zich actief op Nederlandse consumenten en veroorzaakt veel klachten. De Consumentenautoriteit heeft daarom eind 2010 aan Duitsland een handhavingsverzoek gestuurd om een eind te laten maken aan deze praktijk.

Uitvoeringstoets nieuwe wetgeving

Ten slotte heeft de Consumentenautoriteit in 2010 een uitvoeringstoets uitgebracht over wetgeving die een bredere aanpak van misleidende sms-diensten voorstaat en voorwaarden stelt aan het opschorten en afsluiten van de telefoondienst door telefoonoperators bij niet betaling van sms-diensten. Hierin zegt de Consumentenautoriteit de bredere aanpak te steunen en plaatst zij enkele opmerkingen en kanttekeningen bij de nieuwe regels. De nieuwe regelgeving gaat in 2011 in.

Sociale media

In 2010 heeft de Consumentenautoriteit in kaart gebracht hoe verschillende partijen sociale media gebruiken voor commerciële boodschappen en of daarbij mogelijk regels van het consumentenrecht worden geschonden.

Met NJR (Nationale Jeugd Raad) is onderzoek gedaan naar de wijze waarop jongeren commerciële uitingen op sociale netwerksites ervaren. Verder heeft de Consumentenautoriteit in 2010 in kaart gebracht hoe verschillende partijen sociale media gebruiken voor commerciële boodschappen.

Wat is het resultaat?

De aanpak van de sites die toegangskarten doorverkopen heeft een positief effect op de consumentenbescherming. Van de 24 websites voor online verkoop van toegangskarten voldoet inmiddels een groot aantal aan de door de Consumentenautoriteit opgelegde verplichtingen. Dit gebeurde deels vrijwillig, deels onder dwang van maatregelen die de Consumentenautoriteit heeft opgelegd. Aangezien internet een veranderlijk medium is, zal de Consumentenautoriteit alert blijven.

Wat betreft sms-diensten is er een duidelijke daling zichtbaar van het aantal meldingen over sms-diensten bij ConsuWijzer, van 475 klachten in januari 2010 naar 325 in december. De Consumentenautoriteit heeft met haar besluit in de zaak Celldorado duidelijk gemaakt dat sms-aanbieders helder moeten communiceren met consumenten. De branche lijkt hier op te reageren. Toch is het probleem nog niet opgelost. Door alert te zijn op signalen uit de markt wil de Consumentenautoriteit snel een halt toeroepen aan mogelijk misleidende sms-diensten.

Uit het NJR-onderzoek naar reclame-uitingen via sociale media bleek begin 2011 dat jongeren zelf aangeven dat ze niet erg gevoelig zijn voor reclame op sociale netwerksites. De Consumentenautoriteit neemt deze uitkomsten mee in haar verkennende onderzoeken in 2011 naar online spelletjes en 'fake reviews' (valse

klantreacties op internet). Ook bekijkt de Consumentenautoriteit of zich op het terrein van online dating structurele problemen voordoen die aandacht behoeven.

2 Agressieve en misleidende werving

Wat is het probleem?

Het is verboden om een consument onder druk te zetten om iets te kopen of een overeenkomst aan te gaan voor een bepaalde dienst of product. Ook mag de consument niet worden misleid. Hiervan is sprake als de verkoper niet open en eerlijk is over zijn bedoelingen. Toch houden verkopers zich geregeld niet aan deze regels. ConsuWijzer ontvangt veel meldingen van consumenten over bijvoorbeeld de werving voor energie- en telefoonabonnementen, via de telefoon, aan de deur of op straat, en over verkoopdemonstraties. Hierbij worden bijvoorbeeld onder het mom van een goedkoop uitstapje aan consumenten zoveel mogelijk producten verkocht. Consumenten voelen zich onder druk gezet iets te kopen. Ze hebben achteraf vaak spijt van hun aankoop en weten niet of ze die kunnen terugdraaien en zo ja h oe.

Hoe pakt de Consumentenautoriteit dit aan?

Verkoop aan de deur

ConsuWijzer opende een speciaal meldpunt voor klachten over colportage door energiebedrijven. Hierover waren ook Kamervragen gesteld na aandacht in de media hiervoor. Bij ConsuWijzer zijn in het eerste kwartaal van 2010 ruim 200 meldingen binnengekomen. De minister van Economische Zaken vroeg de Consumentenautoriteit en NMa te onderzoeken of energieleveranciers zich schuldig maken aan misleidende colportage. Het onderzoek richtte zich op leveranciers die gebruik maken van colportage en die daarmee veel klachten veroorzaken. Uit meldingen bij ConsuWijzer en een grootschalige telefonische enquête onder gecolporteerden kwam het beeld naar voren dat de werving aan de deur soms misleidend verliep. Bij een aantal bedrijven leken deze praktijken een patroon te hebben. Op basis van het onderzoek hebben de Consumentenautoriteit en de NMa vervolgonderzoek gedaan bij individuele bedrijven. De uitkomsten worden in de eerste helft van 2011 bekend gemaakt.

In het voorjaar stond de jaarlijkse voorlichtingsactie rond Fraud Prevention Month in het teken van colportage. Dit sloot goed aan bij de aandacht die er op dat moment al was voor colportage door energiebedrijven.

De Fraud Prevention Month richtte zich niet alleen op colportage door energiebedrijven, maar op colportage in brede zin. Er worden namelijk ook andere producten en diensten aan de deur verkocht, bijvoorbeeld kozijnen of leesmappen. In dit kader is een voorlichtingscampagne gestart om consumenten te informeren over hun rechten bij verkoop aan de deur. Naast specifieke informatie hierover op ConsuWijzer is er een hulpmiddel voor consumenten ontwikkeld: de DeurWijzer. Deze bevat informatie en tips voor consumenten om bij de hand te houden als er een verkoper aanbelt. Zo weten consumenten precies waarop ze moeten letten, wat hun rechten zijn en kunnen ze lezen wat te doen als zij achteraf spijt hebben van hun aankoop. De DeurWijzer was een onderdeel van de free publicity campagne. Deze campagne richtte zich op - met name oudere - consumenten. De aftrap voor de campagne werd op 22 maart verricht door de toenmalige minister van Economische Zaken, mevrouw Van der Hoeven.

Verkoopdemonstraties

In 2009 is de Consumentenautoriteit een grootschalig onderzoek gestart naar een bedrijf dat veel verkoopuitstapjes organiseert. Onderzocht is onder andere of het bedrijf op misleidende of agressieve manier consumenten aanzet tot kopen. Het onderzoek is in 2010 afgerond. Begin 2011 wordt bekend of het bedrijf de regels overtreedt. Daarnaast is eind 2010 een handhavingsverzoek verstuurd aan Duitsland. Dit gebeurde naar aanleiding van een onderzoek dat de Consumentenautoriteit heeft uitgevoerd naar Duitse bedrijven die verkoopdemonstraties in Nederland organiseren die mogelijk in strijd zijn met de regels.

Telefonische werving

Medio 2010 heeft de Consumentenautoriteit het onderzoek naar misleidende telefonische werving door de Nederlandse Energie Maatschappij (NLEnergie) afgerond. Als resultaat hiervan heeft het bedrijf in september een boete gekregen van ruim 1 miljoen euro.

De Nederlandse Energie Maatschappij heeft tussen oktober 2008 en juli 2009 grote aantallen consumenten telefonisch benaderd voor het afsluiten van een energiecontract. Hierbij heeft het bedrijf zich niet gehouden aan een aantal wettelijke regels voor telefonische werving. De Nederlandse Energie Maatschappij handelde in strijd met de Wet koop op afstand, omdat het bedrijf aan het begin van de verkoopgesprekken niet duidelijk zijn identiteit en commercieel oogmerk vermeldde. Ook maakte de Nederlandse Energie Maatschappij zich schuldig aan oneerlijke handelspraktijken, onder meer door misleidende mededelingen over prijsvoordelen, door verwarrende mededelingen over concurrerende bedrijven en door het vragen van een machtiging tot automatische incasso, terwijl dat bij deze vorm van telefonische verkoop niet is toegestaan. Ook handelde het bedrijf in strijd met de Gedragscode Consument en Energieleverancier en de Code Telemarketing.

De Nederlandse Energie Maatschappij heeft bezwaar aangetekend tegen het sanctiebesluit. Eerder had het bedrijf ook bezwaar gemaakt tegen openbaarmaking van het sanctiebesluit. Dit is door de Rechtbank Rotterdam afgewezen.

Wat is het resultaat?

ConsuWijzer.nl bevat nu veel informatie over colportage. Hiermee kunnen consumenten zich op de hoogte stellen van de regels voor colportage. Dit maakt hen weerbaarder op het moment dat er een colporteur aanbelt. Dat dit nodig is, blijkt wel uit het feit dat meldingen over misleidende en/of agressieve verkoopmethoden van bedrijven op nummer 1 staan bij ConsuWijzer. In de tweede helft van 2010 namen, na de voorlichtings- en handhavingsacties, de meldingen over misleidende colportage af, maar namen de meldingen over misleidende telefonische werving juist weer toe. Dit betreft met name meldingen van consumenten die staan ingeschreven bij het Bel-Me-Niet Register, dat op 1 oktober 2009 werd ingevoerd, maar toch worden gebeld door een bedrijf met een aanbieding.

De campagne rond colportage tijdens Fraud Prevention Month kreeg veel publiciteit. Er zijn 2,5 miljoen mensen bereikt met informatie over hun rechten bij verkoop aan de deur. Tevens zijn vele DeurWijzers verspreid, zowel in gedrukte vorm als digitaal via ConsuWijzer.

Tot slot is de boete die de Consumentenautoriteit heeft opgelegd aan de Nederlandse Energie Maatschappij een stevig signaal dat de Consumentenautoriteit eist dat bedrijven zich bij hun wervingsacties houden aan de wet.

3 Garantie en non-conformiteit

Wat is het probleem?

Het onderwerp garantie en conformiteit (of liever gezegd non-conformiteit) stond in 2010, net als de voorgaande drie jaren, in de top drie van meldingen bij ConsuWijzer. Het is een aandachtsgebied van de lange adem. ConsuWijzer signaleert dat niet alle bedrijven goed uitvoering geven aan de wettelijke regels, met name na afloop van de fabrieksgarantie. Ook het aantal jaren dat een apparaat bij normaal gebruik in ieder geval mee moet gaan, leidt vaak tot, voor de consument, onbevredigende discussies.

Hoe pakt de Consumentenautoriteit dit aan?

In 2010 en 2011 richt de Consumentenautoriteit zich vooral op bedrijven die structureel voor problemen zorgen.

Rapporten in de electronicabranche

Als uitvloeisel van het inventariserende onderzoek in 2009 naar nut en noodzaak van het aankopen van garantie heeft de Consumentenautoriteit in 2010 tegen een aantal bedrijven rapport opgemaakt. Het onderzoek richtte zich op de informatie aan consumenten over

hun wettelijke recht op een deugdelijk product. Begin 2011 wordt bekend of hier daadwerkelijk sprake is geweest van overtredingen.

Benelux-onderzoek

Het in 2009 gestarte onderzoek in Benelux-verband naar de wijze waarop 18 grote ketens voor consumentenelektronica in hun algemene voorwaarden en brochures hun klanten informeren over hun garantierechten is in 2010 afgerond. Het gaat om ketens die wasmachines en dvd-spelers verkopen, maar ook om aanbieders van mobiele telefoons en computers. Bij 10 van de 18 ondernemingen werden in totaal 21 overtredingen geconstateerd. Voorbeelden zijn het onjuist vermelden van de wettelijke rechten van consumenten en het opwerpen van drempels in de vorm van extra kosten voor consumenten die hun recht willen halen. De Consumentenautoriteit heeft al deze ondernemingen, met in totaal 1500 winkels, aangeschreven. Zij hebben een termijn gekregen om hun informatie aan te passen aan de regels voor garantie en conformiteit. Alle bedrijven hebben hun informatie aangepast. De Consumentenautoriteit houdt de komende tijd meldingen over deze bedrijven en de manier waarop zij met de garantierechten van consumenten omgaan, scherp in de gaten, onder andere via ConsuWijzer.

Onderzoek naar onderneming met de meeste meldingen

Volgens de Agenda van 2010-2011 verschuift het accent bij de aanpak van het onderwerp garantie van informeren naar handhaven. Hiertoe is de Consumentenautoriteit in 2010 een onderzoek gestart naar een van de ondernemingen die de meeste meldingen genereert bij ConsuWijzer op het gebied van garantie en conformiteit in de consumentenelektronicabranche. De verwachting is dat het onderzoek in de eerste helft van 2011 wordt afgerond.

Garantieweek

In november 2010 hebben ConsuWijzer en het Juridisch Loket de Recht op rechte dagen, ook wel de Garantieweek, georganiseerd. De juridische experts van ConsuWijzer, het Juridisch Loket en de technische experts hebben veel consumenten met een kapot apparaat of ander product geholpen of voorzien van de juiste informatie. De week was een groot succes.

Wat is het resultaat?

In de elektronicabranche ziet de Consumentenautoriteit duidelijk effect van haar optreden. Bedrijven die hebben toegezegd hun gedrag te zullen aanpassen, doen dat ook. Ook zijn er inmiddels 3000 medewerkers in de elektronica-sector die de interactieve garantietraining hebben gevolgd die de Consumentenautoriteit met het HBD heeft ontwikkeld. Tevens ontwikkelt de branche initiatieven om te zorgen voor een betere naleving van de garantieregels.

Begin 2011 wordt bekend of er handhavingsmaatregelen worden genomen in het kader van het onderzoek naar aankoop-garantie. Alle ondernemingen die zijn aangesproken binnen het Benelux-onderzoek hebben hun informatie over garantie en conformiteit aangepast. Hierdoor is in 1500 winkels deze informatie nu in ieder geval op papier in orde, waarvan direct veel consumenten profiteren.

De Garantieweek heeft veel consumenten bereikt. De media-aandacht, zowel op landelijk als op regionaal niveau, was ook goed voor de naamsbekendheid van ConsuWijzer en het Juridisch Loket. Hierdoor weten consumenten sneller waar ze terecht kunnen voor hulp.

Ontwikkelingen

4 Nieuwe wettelijke taken

Wat speelt er?

Nieuwe Europese en Nederlandse wetgeving kan tot nieuwe taken leiden voor de Consumentenautoriteit. Aanbieders zullen zich namelijk moeten aanpassen aan deze nieuwe wetgeving en de verplichtingen die hieruit voortvloeien. Begin 2010

hield de Consumentenautoriteit rekening met drie nieuwe wettelijke kaders waarbij zij als toezichthouder is aangewezen. 'Nieuwe wettelijke taken' kwam als aandachtsgebied op de Agenda 2010-2011, omdat de Consumentenautoriteit wilde nagaan of er sprake is van structurele niet-naleving bij (bepaalde) aanbieders.

Wat heeft de Consumentenautoriteit gedaan?

Dienstenwet

De Consumentenautoriteit houdt toezicht op de naleving van enkele informatieverplichtingen voor dienstaanbieders op grond van de Dienstenwet. Deze verplichtingen zijn sinds eind 2009 geïmplementeerd in boek 6 van het Burgerlijk Wetboek. In 2010 heeft de Consumentenautoriteit de Dienstenwet onder de loep genomen en in haar processen geïntegreerd. De rapportages en analyses hebben nog geen aanleiding gegeven om op te treden, maar de Consumentenautoriteit blijft hier alert op.

Luchtvaartverordening

De Consumentenautoriteit is gestart met de voorbereidingen voor haar toezichthoudende taak ten aanzien van Verordening 1008/2008, bestemd voor de luchtvaart. Artikel 23 van deze verordening bevat regels voor het aanbieden van prijzen voor vliegtickets (vracht- en/of passagierstarieven). De Consumentenautoriteit heeft een methode ontwikkeld voor het inventariseren van prijsaanduidingen van vliegtickets op websites. Hiermee worden periodiek de ontwikkelingen gemonitord. De Consumentenautoriteit beschikt inmiddels over ruime kennis van de luchtvaartbranche, meer specifiek over tarieftransparantie bij het aanbieden van vliegtickets. Deze kennisvergaring heeft met name plaatsgevonden in Europees verband, waar de Consumentenautoriteit een actieve rol heeft in de Airlines Working Group van het CPC-netwerk. Dit samenwerkingsverband heeft onder meer tot doel om te zorgen voor overeenstemming tussen de lidstaten over interpretatie en toepassing van Europese regelgeving. Een andere doelstelling is ervoor te zorgen dat consumenten transparantere en betere informatie krijgen bij het boeken van een vlucht. Het resultaat hiervan moet zijn dat consumenten makkelijker prijzen kunnen vergelijken en zich beter bewust zijn van hun recht op teruggave van geld in bepaalde situaties.

Stilzwijgende verlenging abonnementen

Het wetsvoorstel van het Tweede Kamerlid Van Dam over de stilzwijgende verlenging en de opzegtermijn van abonnementen is in het Staatsblad gepubliceerd. Dit betekent dat de wet op 1 januari 2012 voor nieuwe contracten in werking zal treden. De nieuwe wet voorziet in een wijziging van de regeling van de algemene voorwaarden. Hierdoor worden consumenten beter beschermd tegen het telkens weer stilzwijgend verlengen van abonnementen. De Consumentenautoriteit bereidt zich de komende periode voor op haar toezichtstaak.

Wat is het resultaat?

Ten aanzien van de Luchtvaartverordening en de nieuwe regels rond verlenging van abonnementen is de Consumentenautoriteit nog in afwachting van haar daadwerkelijke handhavingsbevoegdheid. Inmiddels heeft zij een goed beeld van de marktsituatie in de luchtvaartbranche en beschikt zij over goede contacten binnen Europa. Dit is noodzakelijk om straks ook daadwerkelijk effectief te kunnen optreden in de luchtvaartsector.

De handhavingsbevoegdheid van de Consumentenautoriteit ten aanzien van de informatieverplichtingen voor dienstaanbieders bestaat reeds. In de tweede helft van 2010 is een verkenning uitgevoerd naar de noodzaak om het toezicht op de naleving van deze verplichtingen te intensiveren. Uit de eerste resultaten blijkt dat dit niet noodzakelijk is.

5 De grensoverschrijdende consument

Wat speelt er?

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

Wat heeft de Consumentenautoriteit gedaan?

In Benelux-verband

Het afgelopen jaar heeft de Consumentenautoriteit samen met de Belgische en Luxemburgse toezichthouders onderzoek gedaan naar ticketshops die online toegangskaarten voor concerten en evenementen doorverkopen. De Consumentenautoriteit heeft tien websites onderzocht. De overtredingen die hierbij zijn aangetroffen, zijn meegenomen in de handavingsacties die de Consumentenautoriteit in het kader van het aandachtsgebied Oneerlijke handelspraktijken online heeft ingesteld. Als gevolg van dit onderzoek heeft de Consumentenautoriteit ook van andere Europese toezichthouders handavingsverzoeken ontvangen over bedrijven die toegangskaarten doorverkopen aan consument in die lidstaten. De Consumentenautoriteit hoopt deze handavingsverzoeken in de loop van 2011 te kunnen afhandelen. Het rapport met bevindingen van het gemeenschappelijke onderzoek verschijnt in het eerste kwartaal van 2011.

In CPC-verband

In CPC-verband wisselen de Europese consumententoezichthouders op dagelijkse basis informatie uit, vragen zij elkaar onderling om bijstand en werken zij samen aan het oplossen van grensoverschrijdende consumentenproblemen.

Met collega-toezichthouders uit andere Europese lidstaten heeft de Consumentenautoriteit binnen het CPC-netwerk in 2010 deelgenomen aan een internetsweep naar het online aanbieden van kaartjes voor evenementen. Daarnaast vergaderen de Europese toezichthouders enkele keren per jaar in Brussel, waarbij onder meer jaarlijks een gezamenlijk actieplan wordt vastgesteld.

Binnen het CPC-netwerk heeft de Consumentenautoriteit zitting in de Expert Group on Airlines. In deze werkgroep werken EU-lidstaten samen om consumentenproblemen in de luchtvaartsector te bespreken en gezamenlijk aan te pakken. Verder participeert de Consumentenautoriteit in een 'joint activity' onder leiding van het Verenigd Koninkrijk, dat onder meer tot doel heeft op EU-niveau de informatie-uitwisseling en dossiervorming bij de handavings- en informatieverzoeken te verbeteren. Hiermee wordt de toezichts- en handavingsfunctie binnen het EU-netwerk verder verbeterd.

De Consumentenautoriteit heeft over 2009 en 2010 een rapport uitgebracht aan de Europese Commissie over de Nederlandse ervaringen binnen het Europese netwerk met aanbevelingen voor verbetering.

Ontvangen verzoeken

In 2010 kreeg de Consumentenautoriteit 37 verzoeken uit Europa. Het ging om:

21 handavingsverzoeken:

9 verzoeken kwamen binnen naar aanleiding van de internetsweep in 2010 over ticketshops. 2 verzoeken hadden betrekking op sms-dienstaanbieders die zich in andere lidstaten schuldig maakten aan misleidende werving (wat betreft prijs en voorwaarden). De overige verzoeken hadden betrekking op overtreding van de regels voor e-commerce (de identiteit van de ondernemer werd niet duidelijk gecommuniceerd), misleidende reclame en onduidelijke prijsaanduidingen op websites.

16 informatieverzoeken:

Veel verzoeken gingen over de vraag of een bepaalde ondernemer in Nederland gevestigd is. De verzoekende autoriteit had daartoe dan wel aanwijzingen (bijvoorbeeld het gebruik van een Nederlandse postbus), maar kon dat zelf niet met zekerheid vaststellen. Daarnaast kreeg de Consumentenautoriteit een aantal keren de vraag of een bepaalde handelspraktijk volgens de Consumentenautoriteit in strijd was met de regels voor consumentenbescherming.

Daarnaast ontving de Consumentenautoriteit 19 alerts uit het buitenland. 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. Alle alerts hadden betrekking op websites. Veelal ging het om misleidende handelspraktijken. Verder was het niet voldoen aan informatieverplichtingen een steeds terugkerend thema.

Europese verzoeken

Ontvangen

- 21 handhavingsverzoeken
- 16 informatieverzoeken
- 19 alerts

Verstuurd

- 5 handhavingsverzoeken
- 1 informatieverzoeken
- 2 alerts

Afgehandeld

- 25 handhavingsverzoeken
- 10 informatieverzoeken

Verstuurde verzoeken

De Consumentenautoriteit heeft aan collega-toezichthouders in Europa 5 handhavingsverzoeken verstuurd: 2 aan Spanje, 1 aan Ierland en 2 aan Duitsland. De verzoeken aan Spanje hielden verband met het onderzoek naar vakantieclubs. Het Spaanse Openbaar Ministerie heeft al vele onderzoeken gedaan naar deze praktijken. Het resultaat hiervan is dat een van de ondernemingen waarop het handhavingsverzoek betrekking had niet meer bestaat. Dit maakt verder onderzoek overbodig. Het tweede verzoek is nog in behandeling.

Het verzoek aan Ierland had betrekking op een luchtvaartmaatschappij. Dit verzoek staat nog open en maakt deel uit van een gezamenlijk onderzoek met andere lidstaten. Ook de twee verzoeken aan Duitsland staan nog open. Het ene verzoek had betrekking op een aanbieder van sms-diensten. Het andere verzoek houdt verband met het onderzoek van de Consumentenautoriteit naar verkoopdemonstraties. In dat kader had de Consumentenautoriteit eerder al een informatieverzoek aan Duitsland gedaan. De verkregen informatie is in het onderzoek meegenomen.

De Consumentenautoriteit attendeerde andere CPC-leden middels een alert op een Zwitserse onderneming die in Nederland op misleidende wijze puzzelboekjes op de markt brengt. Het vermoeden is dat dit bedrijf niet alleen in Nederland actief is, maar ook in andere EU-lidstaten. In het voorjaar van 2010 heeft de Consumentenautoriteit, samen met OPTA, deze ondernemer een waarschuwingsbrief gestuurd. Dit heeft ertoe geleid, dat het bedrijf is gestopt met zijn activiteiten in Nederland. Een tweede alert is eind 2010 verstuurd. De aanleiding hiervoor was een handhavingsverzoek van de Franse autoriteiten met betrekking tot een Nederlands bedrijf, waar de Consumentenautoriteit ook nationaal al klachten over had ontvangen. Uit het onderzoek, dat nog wordt voortgezet, bleek in ieder geval al dat dit bedrijf niet alleen in Frankrijk en Nederland actief is, maar in nagenoeg alle Europese lidstaten. Daarom heeft de Consumentenautoriteit andere toezichthouders in Europa middels een alert op de hoogte gebracht van haar bevindingen.

Verbindingsbureau

Consumententoezichthouders uit Europese lidstaten kunnen elkaar over en weer verzoeken om informatieverschaffing en handhaving bij grensoverschrijdende overtredingen van het consumentenrecht. De Consumentenautoriteit fungeert als

Verbindingsbureau voor Nederland. Zij neemt verzoeken op haar toezichtsterrein zelf in behandeling en stuurt binnen Nederland verzoeken voor andere toezichthouders door. In vergelijking met 2009 is het aantal CPC-verzoeken aan Nederland in 2010 iets teruggelopen. Met name het aantal verzoeken uit België is verminderd. Het totaal aantal verzonden verzoeken binnen heel CPC is in 2010 ten opzichte van 2009 wel toegenomen. Verder zijn de verzoeken uit meer verschillende lidstaten afkomstig. Hieruit blijkt dat het CPC-netwerk nu goed op gang is gekomen. Nederland is nog steeds nummer 1 wat betreft het aantal ontvangen verzoeken sinds de start van het CPC-netwerk in 2007, maar staat ook op de eerste plaats voor wat betreft de snelheid waarmee de verzoeken worden afgehandeld. Een mogelijke verklaring waarom Nederland relatief veel verzoeken ontvangt is, dat veel intracommunautaire inbreuken betrekking hebben op ondernemers die producten via internet aanbieden en Nederlandse ondernemers daarin zeer actief zijn. Een andere reden is dat Nederlandse postbussen vaak gebruikt worden als antwoordadres voor misleidende mailings, waarvan de verzenders dan doorgaans wel in andere landen gevestigd zijn.

Via de Consumentenautoriteit zijn 2 buitenlandse verzoeken doorgegeven aan andere Nederlandse toezichthouders. Het ging beide keren om een handhavingsverzoek voor de AFM.

Vanuit Nederland heeft de Consumentenautoriteit namens de Inspectie voor de Gezondheidszorg 1 handhavingsverzoek doorgestuurd aan België.

Binnen ICPEN

De Consumentenautoriteit is van juli 2010 tot juli 2011 voorzitter van ICPEN. Het doel van ICPEN is het versterken van de internationale consumentenbescherming en daarmee de positie van de consument. Daar waar consumenten en bedrijven zich in toenemende mate over de landsgrenzen begeven, neemt ook het aantal consumentenproblemen met een internationale dimensie toe. Dit vergt in toenemende mate samenwerking tussen nationale consumentenautoriteiten.

In november 2010 organiseerde de Consumentenautoriteit de internationale ICPEN-conferentie waaraan 110 afgevaardigden uit ruim 40 landen deelnamen, waaronder, naast de meeste Europese landen, Japan, Zuid-Korea, Chili, de Verenigde Staten, Australië, Canada en Mexico. De conferentie was daarmee een van de best bezochte uit de geschiedenis van ICPEN. De Consumentenautoriteit draagt tijdens haar voorzitterschap zorg voor de uitvoering van het Strategisch Plan van ICPEN. Dat betekent dat de Consumentenautoriteit de interne structuur van ICPEN verder heeft versterkt en dat enkele praktische projecten zijn gestart rondom kernthema's, zoals informatie-uitwisseling en samenwerking bij onderzoek. Op deze wijze wordt informatie binnen ICPEN gedeeld, worden zogenaamde 'best practices' uitgewisseld en wordt gezamenlijk onderzoek gecoördineerd en gefaciliteerd. Onder het Nederlandse voorzitterschap wordt verder gebouwd aan een afgeschermd website, waarop wereldwijd informatie beschikbaar is over hoe landen de bescherming van consumenten op het web aanpakken met wetgeving, informatievergaring en onderzoekspraktijken. Zo kunnen de landen beter samenwerken bij het aanpakken van overtredingen.

Wat is het resultaat?

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

Zaken buiten de Agenda

Hier worden zaken besproken die niet gerelateerd zijn aan de Agenda 2010-2011. Deels betreft het zaken uit eerdere agenda's of ad hoc zaken, deels zaken die in bezwaar en beroep zijn behandeld.

Boete voor Fotosessie.com

Fotosessie.com biedt via internet fotoshoots aan en legt het resultaat daarvan vast op een digitale drager. Het bedrijf richt zich in zijn marketingactiviteiten vooral op jongeren en suggereert met de aangeboden fotoshoot een mogelijke carrière als fotomodel. Op basis van onderzoek naar de werkwijze van Fotosessie.com constateerde de Consumentenautoriteit dat de algemene voorwaarden van het bedrijf niet voldeden aan verschillende regels voor consumentenrecht en dat het zijn informatieverplichtingen niet op orde had. De Consumentenautoriteit was verder van mening dat Fotosessie.com zich schuldig had gemaakt aan oneerlijke handelspraktijken. Hiervoor heeft de Consumentenautoriteit in januari 2010 het bedrijf een boete opgelegd van in totaal 100.000 euro. Fotosessie.com heeft hiertegen bezwaar aangetekend.

Boete voor Garant-O-Matic B.V.

In september 2010 kreeg Garant-o-Matic B.V. een boete van de Consumentenautoriteit van in totaal 120.000 euro. Het onderzoek was gestart na meldingen van consumenten. Hieruit bleek dat het bedrijf zijn eerdere toezegging aan de Consumentenautoriteit (uit 2008) niet nakwam. Garant-O-Matic had in 2008 aan de Consumentenautoriteit de toezegging gedaan, dat het consumenten voortaan duidelijk zou informeren. Dat er nu weer overtredingen zijn vastgesteld, is voor de toezichthouder aanleiding geweest de boete met 20 procent te verhogen.

Garant-o-Matic is een postorderbedrijf dat haar catalogi onder de aandacht brengt door middel van promotionele acties. In de promotionele actie die is onderzocht, biedt Garant-o-Matic een promotioneel kansspel aan. De Consumentenautoriteit heeft bij deze promotionele actie zeven overtredingen vastgesteld van de Wet koop op afstand en van de Wet oneerlijke handelspraktijken. De Consumentenautoriteit concludeerde dat Garant-o-Matic B.V. in de onderzochte mailings de consument onvoldoende duidelijk en begrijpelijk informeerde over de winkans, de termijn voor aanvaarding van het aanbod en de prijs van het aanbod. Voorts stelde zij vast dat Garant-o-Matic B.V. ten onrechte de indruk heeft gewekt dat de consument al een prijs had gewonnen, dat het aangeboden product ten onrechte als gratis werd omschreven en dat essentiële informatie voor de consument over de beschikbaarheid van het aanbod achterwege was gelaten. Garant-o-Matic B.V. heeft bezwaar aangetekend tegen het besluit van de Consumentenautoriteit.

Civiele handhaving in rechtszaken tegen reisaanbieders

De rechter heeft de Consumentenautoriteit in januari en maart 2010 in negen rechtszaken tegen aanbieders van pakketreizen in het gelijk gesteld. De Consumentenautoriteit had de zaken aangespannen, omdat de reisorganisatoren niet zouden voldoen aan de wettelijk verplichte garantiestelling bij het aanbieden van pakketreizen. Reisorganisatoren die pakketreizen aanbieden, zijn wettelijk verplicht maatregelen te treffen voor het geval zich een faillissement mocht voordoen, de zogenaamde reisgarantie. Deze houdt in dat reizigers die de reissom al voldaan hebben, hun geld terugkrijgen als de reisorganisator failliet gaat. Reizigers die al op reis zijn, worden gerepatriëerd. De meeste reisorganisatoren hebben hun garantiestelling geregeld via de Stichting Garantiefonds Reisgelden (SGR). Reisorganisatoren zijn verplicht om hun garantiemaatregelen openbaar te vermelden, zodat de consument zelf ook kan controleren of de aanbieder zijn wettelijke verplichting nakomt.

De rechter heeft bepaald dat de bedrijven óf alsnog op korte termijn de garantiestelling moeten regelen óf moeten stoppen met het aanbieden van pakketreizen. Ook heeft de rechter dwangsommen opgelegd om de bedrijven te dwingen garantiemaatregelen te treffen en deze maatregelen bekend te maken.

Het gaat om: Byblos Reizen te Amsterdam, Akwaaba Tours te Maastricht, 4WD Travel Club te Groenekan, Club Travel te Breda, Jero Reizen te Bommel, Cimarron in

Eindhoven, Best of Britain in Delft, Dynamic Holland in Haarlem en Opvakantie in Rotterdam.

De meeste van deze bedrijven hebben inmiddels maatregelen getroffen om zich aan de wet te conformeren. Enkele zijn gestopt met het aanbieden van pakketreizen. De rechter heeft de voorgelegde alternatieven anders dan deelname aan de SGR als onvoldoende beoordeeld. Hierdoor is er voor consumenten en reisorganisaties nu meer duidelijkheid over de manier waarop bedrijven kunnen voldoen aan hun wettelijke verplichtingen. Het oordeel van de rechter is ook van belang voor toekomstig toezicht door de Consumentenautoriteit.

Bezwaar Keukenkampioen en Keukenconcurrent

In de zaken van Keukenkampioen en Keukenconcurrent uit 2009 heeft de Consumentenautoriteit in juli 2010 beslissingen op bezwaar genomen. De twee ondernemingen verkopen keukens vanuit winkels in heel Nederland. Zij zijn aangesloten bij de Centrale Branchevereniging Wonen (hierna: CBW). Ondernemers met een CBW-erkenning hanteren de CBW-erkend regeling en voeren het CBW-erkend logo. CBW-erkende ondernemingen hanteren de algemene voorwaarden van de CBW. De Consumentenautoriteit had geconstateerd dat Keukenkampioen en Keukenconcurrent zich niet hielden aan een aantal van deze voorwaarden. Zij vroegen in afwijking van die bepalingen namelijk een betaling van de volledige koopsom 12 tot 5 dagen voor de levering van de keuken. Door aan te geven CBW-erkend te zijn, maar niet de bijbehorende voorwaarden te hanteren, handelen Keukenkampioen en Keukenconcurrent in strijd met de Wet oneerlijke handelspraktijken.

Eind 2009 legde de Consumentenautoriteit aan beide ondernemingen een bestuurlijke boete op van 110.000 euro. Ook kregen zij lasten onder dwangsom opgelegd van 5.000 euro per dag, met een maximum van 200.000 euro, om de bedrijven te dwingen hun algemene voorwaarden aan te passen.

De bezwaarschriften van beide bedrijven tegen zowel de besluiten als het openbaar maken ervan heeft de Consumentenautoriteit in juli 2010 ongegrond verklaard.

Vervolgens zijn Keukenkampioen en Keukenconcurrent hiertegen in beroep gegaan bij de rechtbank. De uitspraak wordt in 2011 verwacht.

Beroepszaken bij de rechter

In april 2008 heeft de Consumentenautoriteit aan UPC een boete opgelegd van 303.000 euro wegens overtredingen van de regels bij telefonische verkoop en bij colportage. Nadat de Consumentenautoriteit het bezwaar van UPC had afgewezen, is UPC in beroep gegaan bij de rechter. De rechter heeft het beroep van UPC in april 2010 ongegrond verklaard. De zaak is hiermee gesloten.

Verder heeft in september 2010 de rechtszitting plaatsgevonden in de beroepsprocedure van Tele2 Nederland, Atlantic Telecom en Pretium Telecom tegen beslissingen van de Consumentenautoriteit van februari en oktober 2008. De drie genoemde bedrijven hadden in december 2007 de Consumentenautoriteit verzocht op te treden tegen KPN Telecom, die volgens de drie ondernemingen misleidende mededelingen aan consumenten zou hebben gedaan en hen onjuiste informatie zou hebben verstrekt. De Consumentenautoriteit heeft dat verzoek destijds afgewezen, volgens de drie ondernemingen ten onrechte. De rechter heeft nog geen uitspraak gedaan.

In een andere beroepszaak, van Pretium Telecom, heeft de bestuursrechter de behandeling uitgesteld. De zaak heeft betrekking op een beslissing van de Consumentenautoriteit van december 2008, waarbij aan Pretium een boete en lasten onder dwangsom zijn opgelegd wegens overtreding van de regels bij telefonische verkoop. De rechtszitting in deze zaak was aanvankelijk gepland voor september 2010. Een wrakingsverzoek van Pretium is door de rechtbank gehonoreerd. De zaak wordt nu, met andere rechters, in 2011 voortgezet. De civiele rechter heeft ondertussen bepaald dat Pretium de verbeurde dwangsommen niet hoeft te betalen zolang de bestuursrechter nog geen uitspraak heeft gedaan.

Openbaarmaking van besluiten

Drie bedrijven hebben bezwaar gemaakt bij de rechter tegen openbaarmaking door de Consumentenautoriteit van besluiten. Het gaat om Keukenkampioen, Keukenconcurrent en de Nederlandse Energie Maatschappij. De rechter was echter van mening dat in alle drie de zaken openbaarmaking was toegestaan.

Hoger beroep PostGarant B.V.

Eén van de zaken van de Consumentenautoriteit heeft het stadium van hoger beroep bereikt. Het betreft de zaak van PostGarant B.V, voorheen Fitanova. De Consumentenautoriteit stelde in januari 2008 vast, dat dit bedrijf verschillende informatieverplichtingen die gelden voor internetaanbieders niet heeft nageleefd. Daarnaast heeft het bedrijf ongevraagd vervolgzendingen aan consumenten toegezonden. PostGarant B.V. heeft voor deze overtredingen een boete gekregen van totaal 130.000 euro. Daarnaast moest het bedrijf de informatie voor consumenten op zijn website verbeteren onder last van een dwangsom en in de toekomst afzien van het ongevraagd toezenden van producten.

De rechtbank heeft in deze zaak in februari 2010 uitspraak gedaan. Daarbij is het beroep deels gegrond verklaard, met name wat betreft de hoogte van de opgelegde boete. Wat de overige punten betreft is het beroep ongegrond verklaard. Zowel PostGarant B.V. als de Consumentenautoriteit zijn tegen de uitspraak in hoger beroep gegaan bij het College van beroep voor het bedrijfsleven.

Administratieve lasten

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

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

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

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

In 2010 heeft de Consumentenautoriteit 74 onderzoeken afgerond wegens (mogelijke) nationale en grensoverschrijdende inbreuken. Dit is iets minder dan de 95 die uitgangspunt waren in de berekening bij de totstandkoming van de Whc. Dit heeft geleid tot enige afname van administratieve lasten in 2010. Daarbij moet 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.

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

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

tegen een besluit van de Consumentenautoriteit en waarin de Consumentenautoriteit in het gelijk wordt gesteld, tellen bij de berekening van de administratieve lasten niet mee.

In 2010 heeft de Consumentenautoriteit geen van de ingediende bezwaren (gedeeltelijk) gegrond verklaard. Hiermee zijn geen administratieve lasten gemoeid geweest.

ConsuWijzer in cijfers:

telefoongesprekken	57.000
e-mails	40.000
brieven	1.500
Websitebezoeken, inclusief mobiele site	2.357.000

Downloads

voorbeeldbrieven	513.000
Tele-checklists	12.000
Deurwijzers	5.000

Toezicht	
<i>Nationaal</i>	
Onderzoeken gestart in 2009 en voortgezet in 2010	48
Onderzoeken gestart in 2010	14
Beëindiging onderzoeken i.v.m. beëindiging inbreuk na optreden CA	29
Rapporten	10
Totaal aantal afgeronde nationale onderzoeken	39
<i>Internationaal</i>	
Alerts ontvangen in 2010 van EU-lidstaten	19
Alerts verzonden in 2010 door Nederland	2
Handhavingsverzoeken ontvangen in 2009 en voortgezet in 2010	18
Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2010	21
Afgehandelde handhavingsverzoeken van EU-lidstaten door CA	25
Verzonden handhavingsverzoeken door CA	5
Informatieverzoeken ontvangen in 2009 en voortgezet in 2010	1
Informatieverzoeken van EU-lidstaten ontvangen in 2010	16
Afgehandelde informatieverzoeken van EU-lidstaten	10
Verzonden informatieverzoeken door CA	1
Totaal aantal afgeronde internationale onderzoeken	35
Handhaving	
Sanctiebesluiten	5
Besluiten op bezwaar na advies Bezwaar Advies Commissie	2
Overig besluiten op bezwaar	2
Uitspraken verzoekschriftprocedures	10
Lasten onder dwangsom	8

<Uit excel-document Jaarcijfers Toezicht: 4 tabellen, eerste tabblad lopende onderzoeken:>

Handhavingsverzoeken van EU-lidstaten 2010													
Grondslag	Totaal	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Colportage	0												
Elektronische handel	5						2	1		1			2
Garantie	0												
Koop op afstand	1										1		
Timesharing	0												
Misleidende reclame	0												
Oneerlijke bedingen	1												1
Pakketreizen	0												
Prijsaanduiding	0												
OHP	13			1	1	1	1	1	1	4		2	1
Totaal	21	0	0	1	1	1	3	2	1	5	1	2	4

Informatieverzoeken van EU-lidstaten 2010													
Grondslag	Totaal	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Colportage	0												
Elektronische handel	3						1	1				1	
Garantie	0												
Koop op afstand	3					1					1		1
Timesharing	0												
Misleidende reclame	0												
Oneerlijke bedingen	0												
Pakketreizen	1		1										
Prijsaanduiding	0												
OHP	9		1		1		4		1		1		1
Totaal	16	0	2	0	1	1	5	1	1	0	2	1	2

Informatieverzoeken EIGEN VERZOEK 2010													
Grondslag	Totaal	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Colportage	0												
Elektronische handel	0												
Garantie	0												
Koop op afstand	0												
Timesharing	0												
Misleidende reclame	0												
Oneerlijke bedingen	0												
Pakketreizen	0												
Prijsaanduiding	0												
OHP	1		1										
Totaal	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Handhavingsverzoek EIGEN VERZOEK 2010													
Grondslag	Totaal	Jan	Feb	Mrt	Apr	Mei	Jun	Jul	Aug	Sept	Okt	Nov	Dec
Colportage	0												
Elektronische handel	0												
Garantie	0												
Koop op afstand	0												
Timesharing	0												
Misleidende reclame	0												
Oneerlijke bedingen	0												
Pakketreizen	0												
Prijsaanduiding	0												
OHP	5	2						1					2
Totaal	5	2	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2