



Marktscan naar naleving garantie- en conformiteitsregels door aanbieders van mobiele telefoons

Autoriteit Consument & Markt
December 2013

Samenvatting

Deze marktscan van de Autoriteit Consument en Markt (ACM)¹ bevat de uitkomsten van een marktonderzoek naar de naleving van *garantie- en conformiteitsregels door aanbieders van mobiele telefoons*. Deze marktscan is aangekondigd in de Agenda 2012-2013 van de Consumentenautoriteit. ACM is als toezichthouder bevoegd om op te treden tegen overtredingen van regelgeving waarop zij toeziet, waaronder collectieve inbreuken op het consumentenrecht.

ACM heeft deze marktscan uitgevoerd omdat zij regelmatig signalen ontving van mogelijke consumentenproblemen na de aanschaf van een mobiele telefoon. Doel van de marktscan was om in kaart te brengen of en zo ja welke consumentenproblemen, in de zin van overtreding van wet- en regelgeving, er spelen bij garantie en conformiteit van mobiele telefoons en de omvang ervan. Na onderzoek concludeert ACM dat formeel optreden niet nodig is, omdat geen sprake is van (collectieve) misstanden bij de naleving van de garantie- en conformiteitsregelgeving. ACM concludeert dit na analyse van de (aard van de) signalen, het uitgevoerde consumentenonderzoek en van het gedrag van de ondernemingen die actief zijn op deze markt en waarmee in het kader van dit onderzoek is gesproken. ACM neemt hierbij in ogenschouw dat de wetgever als uitgangspunt heeft genomen dat ACM alleen geacht wordt in te grijpen bij collectieve inbreuken op het consumentenrecht, wanneer de markt (het zogenaamde 'private fundament') zelf onvoldoende in staat is om dergelijke inbreuken effectief te beëindigen. Uit de scan komt niet naar voren dat dit systeem niet functioneert. Wel vindt ACM dat betrokken bedrijven én consumenten een eigen verantwoordelijkheid hebben en die ook meer kunnen nemen.

ACM ziet dat de meeste discussie over de naleving van garantie en conformiteit door aanbieders van mobiele telefoons zich toespitst op vochtschade. Daarbij zien we in de eerste negen maanden van 2013 evenwel het aantal meldingen en klachten over vochtschade in relatie tot garantie sterk afnemen ten opzichte van dezelfde periode in 2012. Dat is mogelijk een gevolg van gewijzigd beleid van fabrikanten, reparatiebedrijven en verkopers van mobiele telefoons over de wijze waarop vochtschade wordt vastgesteld.

Op basis van de uitkomsten van de marktscan ziet ACM een aantal punten die het proces rondom (de afwikkeling van) garantie en conformiteit kunnen verbeteren. Deze punten zijn met name:

¹ Op 1 april 2013 is de Instellingswet Autoriteit Consument en Markt in werking getreden.¹ Vanaf die datum is de Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) de rechtsopvolger van de Nederlandse Mededingingsautoriteit (hierna: NMa), de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (hierna: OPTA) en de Consumentenautoriteit (hierna: CA).



- Verkopers (aanbieders van mobiele telefoons)² hebben een wettelijke verantwoordelijkheid richting hun klanten die verder gaat dan het volgen van de fabrieksgarantie die in de regel bij mobiele telefoons twee jaar is. Deze verantwoordelijkheid omvat ook de wettelijke rechten over garantie- en non-conformiteit bij consumentenkoop.

Verkopers dienen – zowel tijdens als na afloop van de fabrieksgarantie – te onderzoeken of de consument op grond van de wettelijke rechten van consumentenbescherming recht heeft op kosteloos herstel of vervanging van het product, ongeacht de fabrieksgarantie.

- Fabrikanten en verkopers kunnen meer duidelijkheid geven over wat wordt verstaan onder normaal gebruik van een mobiele telefoon, wat de levensduur is, de wijze waarop vochtschade kan ontstaan en hoe vochtschade kan worden voorkomen.
- Consumenten hebben een eigen verantwoordelijkheid ten aanzien van wat zij mogen verwachten van een mobiele telefoon, hoe zij een mobiele telefoon gebruiken en het invoeren van garantie in het geval van een defect. Van consumenten mag worden verwacht dat zij een kritische houding aannemen richting de verkoper zowel op het moment van en na aanschaf van een mobiele telefoon als op het moment dat een toestel een defect vertoont en hij zijn rechten wil invoeren. Verder mag worden verwacht dat zij zich informeren bijvoorbeeld door het lezen van de gebruiksaanwijzing en zich op de hoogte te stellen van de service die de verkoper en/of fabrikant biedt.
- Het inrichten van de mogelijkheid om een onafhankelijke second opinion te laten uitvoeren, kan leiden tot een verbetering van het proces rondom garantie en conformiteit.
- Het bieden van een leentest, ongeacht of de consument daartoe een verzekering heeft afgesloten, of het bieden van een andere oplossing om ernstige overlast te beperken in het geval van reparatie van een mobiele telefoon, kan eveneens leiden tot een verbetering van het proces rondom garantie en conformiteit.

ACM heeft haar conclusie en de aanbevelingen gedeeld met de bedrijven die door haar zijn geïnterviewd in het kader van de marktscan. De conclusies worden gedeeld en de aanbevelingen worden serieus door de verkopers en fabrikanten opgepakt. Ook heeft ACM op haar website ConsuWijzer.nl informatie geplaatst voor consumenten over garantie- en conformiteitsregels in het algemeen en over mobiele telefoons in het bijzonder.

² Waar in de marktscan wordt gesproken van verkopers wordt bedoeld op de aanbieders van mobiele telefoons (zoals telefoonwinkels) en niet op de individuele verkoper.



1. Onderzoek naar naleving garantie- en conformiteitsregels mobiele telefonie

Inleiding, aanleiding en reikwijdte

ACM bevordert kansen en keuzes voor bedrijven en consumenten. Het vergroten van de consumentenwelvaart in brede zin is de belangrijkste drijfveer van ACM. Het belang van de consument staat hierbij centraal. De werkzaamheden van ACM voortvloeiend uit de wettelijke (toezichts)taken die haar zijn toegekend, hebben als doel het bevorderen van goed functionerende markten, ordelijke en transparante marktprocessen en zorgvuldige behandeling van consumenten. ACM is als toezichthouder bevoegd om op te treden tegen overtredingen van regelgeving waarop zij toeziet, waaronder collectieve inbreuken op consumentenrecht. Daarbij neemt ACM in ogenschouw dat de wetgever als uitgangspunt heeft genomen dat ACM alleen geacht wordt in te grijpen bij inbreuken op het consumentenrecht, wanneer de markt (het zogenaamde 'private fundament') zelf onvoldoende in staat is om inbreuken effectief te beëindigen.³

Aanleiding voor ACM om het onderwerp garantie en conformiteit bij mobiele telefoons te onderzoeken waren aanhoudende meldingen en vragen die zij ontving via ConsuWijzer en andere openbare fora. Via beide kanalen deden consumenten hun beklag over de wijze waarop de sector van mobiele telefonie omgaat met garantie- en non-conformiteit. De indruk bestond dat de structuur van de markt het voor consumenten onduidelijk zou maken bij wie zij moeten aankloppen voor service en garantie.

Doel van de marktscan was om in kaart te brengen of en zo ja welke collectieve consumentenproblemen er spelen bij garantie en conformiteit⁴ van mobiele telefoons en de omvang ervan. Ook is gekeken naar wie de relevante partijen zijn, welke rol zij spelen en hoe zij hun verantwoordelijkheid ten opzichte van elkaar en de consument zien.

Verantwoording

De bevindingen van de marktscan zijn gebaseerd op een analyse van de signalen die ACM via ConsuWijzer heeft ontvangen, van openbare informatie en van de relevante wet- en regelgeving. Om een volledig beeld te krijgen van de problematiek, is in de marktscan zowel gekeken naar het consumentenperspectief als naar het ondernemersperspectief. ACM heeft om die reden gesprekken gevoerd met afzonderlijke marktpartijen en vertegenwoordigers van brancheorganisaties. Daarnaast heeft ACM een onderzoek laten uitvoeren door onderzoeksbureau GfK naar de beleving van de consument over 'normaal gebruik' bij mobiele telefoons, met name in relatie tot vocht.

2. Algemene marktinformatie

Aansluitingen, verkoop en verhuur

In Nederland is het aantal mobiele aansluitingen hoog. Zo telde Nederland eind 2012 ruim 22 miljoen mobiele aansluitingen⁵. Bijna 60% van de Nederlandse consumenten gebruikte op dat moment een smartphone. In 2011 was dit nog 42%⁶.

³ Kamerstukken II, 2005-2006, 30 411, nr. 3, p. 6.

⁴ Het beginsel van conformiteit houdt in dat het product moet voldoen aan de verwachtingen die de consument redelijkerwijze ervan mag hebben.

⁵ Bron: Rapportage Mobiel Q4 2012 OPTA.

⁶ Bron: rapport 'Dutch Smartphone User 2012-Q2'



Mobiele telefoons van Samsung en Apple worden door de consument het meest gebruikt en zijn met afstand de meest verkochte merken.

In de regel geldt dat de verkoper de mobiele telefoons rechtstreeks kan afnemen bij de fabrikant of diens distributeur. Een andere mogelijkheid is dat de fabrikant de mobiele telefoons aan providers verkoopt, waarna het de provider vervolgens vrij staat om de toestellen door te verkopen aan andere telefoonwinkels. Daarbij zien we dat fabrikanten ook rechtstreeks aan de consument verkopen bijvoorbeeld via haar website en/of via eigen winkels.

KPN, Hi en Telfort *verhuren* ook toestellen in combinatie met een één- of tweejarig abonnement, de zogenaamde toestellease. De consument heeft na deze periode de keuze tussen het teruggeven van het toestel aan KPN of het toestel tegen betaling overnemen van KPN. Sinds 1 juli 2013 is KPN gestopt met de toestellease. Per 1 september 2013 is ook Hi gestopt met de toestellease.

Een groot deel van de Nederlandse consumenten ontvangt een mobiele telefoon – en dan vooral een smartphone – bij het afsluiten van een abonnement. In aanzienlijk mindere mate koopt de consument een toestel in combinatie met een prepaid kaart. Daarnaast is er de mogelijkheid om een toestel los en simlockvrij te kopen. De consument maakt ook van deze mogelijkheid gebruik.

Reparaties

Verkopers en ook providers werken exclusief samen met één reparatiebedrijf waar zij de defecte toestellen van hun klanten naartoe sturen. Zij noemen deze bedrijven ook wel hun service partner. De drie grote service partners in Nederland waren ten tijde van het onderzoek Dynafix, Teleplan en Solid Vision.⁷ Ook hebben fabrikanten soms een eigen repaircenter.

De service partners repareren de toestellen van de merken waarvoor ze door de fabrikant zijn geautoriseerd⁸ en sturen de toestellen van merken waarvoor ze niet geautoriseerd zijn door aan een reparatiebedrijf dat wel geautoriseerd is. Geautoriseerd betekent dat de fabrikant een overeenkomst heeft met het reparatiebedrijf waarbij is afgesproken dat dit reparatiebedrijf de mobiele telefoons van de betreffende fabrikant mag repareren. Daarbij heeft het reparatiebedrijf de reparatie-instructies of voorwaarden van de fabrikant in acht te nemen. Er zijn in Nederland geen andere reparatiebedrijven van mobiele telefoons die door fabrikanten/providers zijn geautoriseerd dan de drie hiervoor genoemde reparatiebedrijven. Voor sommige merken wordt (bij ingewikkelde reparaties) gebruik gemaakt van geautoriseerde reparatiebedrijven in het buitenland.

Als de servicepartners toestellen ontvangen waarvoor ze zelf niet geautoriseerd zijn, sturen ze het toestel door aan een reparatiebedrijf dat het betreffende merk wel mag repareren.

Als niet-geautoriseerde reparateurs toestellen openen en/of repareren vervalt de fabrieksgarantie en kunnen verkopers de kosten niet verhalen op de fabrikant.

Na reparatie komt het toestel via de servicepartner terug naar de verkoper en via de verkoper naar de consument. De kosten voor reparaties worden – indien het defect aan het toestel onder de fabrieksgarantie valt – door reparatiebedrijven rechtstreeks met de fabrikanten afgehandeld.

3. Bevindingen en aandachtspunten

Uit het onderzoek van ACM komt een aantal bevindingen naar voren, die hieronder nader worden toegelicht.

⁷ Solid Vision B.V. is met ingang van 12 november 2013 in staat van faillissement verklaard.

⁸ Fabrikanten hebben reparatiebedrijven geselecteerd. Deze voldoen aan (kwaliteits)criteria die door de fabrikanten zijn gesteld. De gebruikte terminologie hiervoor is "geautoriseerd", "geaccrediteerd" of "goedgekeurd".



Bevinding geen misstanden

Algehele bevinding die volgt uit het onderzoek is dat ACM geen (collectieve) misstanden heeft kunnen constateren bij de naleving van de garantie- en conformiteitsbepalingen door aanbieders van mobiele telefoons. We zien dat consumenten weten bij wie zij terecht kunnen

bij vragen over een defect aan de mobiele telefoon; de consument gaat veelal terug naar de verkoper bij wie de consument de mobiele telefoon (al dan niet in combinatie met een abonnement) heeft aangeschaft. De verkoper ziet zichzelf als aanspreekpunt voor de consument en verwijst de consument niet door naar een andere marktpartij. De wijze waarop de reparatieketen bij mobiele telefoons is vormgegeven (zie hiervoor) noodzaakt ook niet tot doorverwijzen.

We zien ook dat het merendeel van de defecten aan mobiele telefoons onder de fabrieksgarantie valt, waardoor de reparatiekosten voor rekening komen van de fabrikant en niet van de consument. De consument wordt alleen indien sprake is van een defect aan de telefoon dat is te wijten aan 'eigen schuld' en daarmee buiten de garantie en conformiteit valt, geconfronteerd met kosten voor reparatie van de telefoon. In dit verband zien we ook dat verkopers de door de fabrikant verstrekte garantie bij de mobiele telefoon veelal ten onrechte gelijkstellen aan de wettelijke rechten over garantie en conformiteit. De fabrieksgarantie laat onverlet de wettelijke verplichting van verkoper om als verkoper een deugdelijk product te leveren. Verkopers dienen dan ook bij non-conformiteit van het product, zowel tijdens als na afloop van de fabrieksgarantie, te onderzoeken of de consument op grond van de wettelijke rechten van consumentenbescherming recht heeft op kosteloos herstel of vervanging van het product, ongeacht de fabrieksgarantie-bepalingen. De voornaamste bron van discussie tussen de verkoper en de consument is in dit verband vochtschade (zie ook hierna).

Analyse van de meldingen en klachten op ConsuWijzer en andere fora laat zien dat er na afloop van de fabrieksgarantie – deze is in de regel twee jaar – nauwelijks meldingen en klachten zijn van consumenten over problemen rondom garantie en conformiteit. Dit kan een resultante zijn van het samenvallen van de fabrieksgarantie en de looptijd van de meeste telefoonabonnementen waarbij een toestel wordt verkregen, te weten twee jaar. We zien ook dat de consument na twee jaar doorgaans een nieuw abonnement afsluit waarbij hij een nieuw toestel ontvangt. Hierdoor ontbreekt het aan de zijde van de consument aan belang en is hij niet genoodzaakt om – in het geval van een defect aan de mobiele telefoon dat zich twee jaar na aanschaf manifesteert – zijn wettelijke rechten in te roepen.

Bevinding over normaal gebruik

Om te bepalen of een consument recht heeft op kosteloos herstel of vervanging bij schade aan de mobiele telefoon, is het van belang te weten wat onder 'normaal gebruik' van een mobiele telefoon wordt verstaan en tevens welke informatie daarover wordt verstrekt bij de verkoop ervan.

In de gesprekken die zijn gevoerd met verkopers van mobiele telefoons werd door de verkopers opgemerkt dat een mobiele telefoon een gevoelig elektronisch apparaat is waar de consument voorzichtig mee dient om te gaan. Alle geïnterviewde verkopers gaan er van uit dat een mobiele telefoon een levensduur heeft van twee jaar. Uit de met de verkopers van mobiele telefoons gevoerde gesprekken constateren we ook dat het consumenten vaak niet duidelijk is waar het toestel al dan niet tegen kan en in het verlengde hiervan hoe vochtschade kan ontstaan. De verkoper lijkt de consument zelf niet proactief te informeren over de eigenschappen van de aan te schaffen mobiele telefoon. Het consumentenonderzoek bevestigt deze constatering. Het consumentenonderzoek laat ook zien dat de verkoper een ander beeld heeft van normaal gebruik dan de consument.

Uit het consumentenonderzoek volgt dat bij de aanschaf van een mobiele telefoon met name wordt gekeken naar het merk en of het toestel een goede batterij heeft. Water- en stofbestendigheid worden zelden betrokken in de keuze van het toestel en ook vrijwel nooit besproken bij of na aanschaf ervan. Eventuele waarschuwingen voor beperkte bestendigheid tegen vocht en stof komt maar beperkt door via de gebruiksaanwijzing bij de (jongere) gebruiker, aangezien deze niet altijd wordt gelezen. Zo leest slechts één derde van de jongeren (15-29 jaar) de gebruiksaanwijzing.



Het uitgevoerde consumentenonderzoek laat verder zien dat de consument zijn mobiele telefoon vrijwel altijd bij zich heeft en deze daarmee ook bloot stelt aan situaties die slecht kunnen zijn voor de telefoon (het gebruik van de telefoon in de regen of op het strand).

Hierbij is er een verschil tussen jongeren en ouderen. Ouderen zijn vaker bereid hun telefoongebruik aan de omstandigheden aan te passen (bijv. door het toestel thuis te laten of minder te gebruiken).

Verder laat het consumentenonderzoek zien dat de consument verwacht dat zijn toestel ongeveer drie jaar probleemloos blijft functioneren. Ook hier is een verschil te zien tussen jongeren en ouderen. Jongeren hebben een lager verwachtingspatroon van de levensduur van een mobiele telefoon. Zij verwachten veelal dat het toestel twee jaar mee gaat.

Het consumentenonderzoek laat ook zien dat de consument verwacht dat zijn telefoon goed bestand is tegen vochtige omstandigheden. Zo verwacht 40% dat een (incidentele) directe aanraking van hun toestel met vocht moet kunnen. Jongeren verwachten dat hun toestel beter bestand is tegen externe invloeden zoals vocht en stof, dan ouderen.

ACM concludeert dat de opvattingen en verwachtingen van verkopers en consumenten over wat normaal gebruik van mobiele telefoons is, niet met elkaar overeenkomen. ACM vindt dat de verkopers en ook de fabrikanten van mobiele telefoons een eigen verantwoordelijkheid hebben richting hun (toekomstige) klanten. Bij en na de aanschaf van een mobiele telefoon zouden zij de consument moeten informeren over de eigenschappen van het toestel en over het normale gebruik ervan. De mededelingen die de verkoper doet bij de verkoop over de eigenschappen van het toestel zijn medebepalend voor de verwachtingen die de consument mag hebben. Op dit moment worden de verwachtingen van consumenten over de eigenschappen van een mobiele telefoon in relatie tot normaal gebruik veelal onvoldoende getemperd en ingekaderd. Daarnaast vindt ACM dat consumenten op dit punt ook zelf een verantwoordelijkheid hebben en moeten nemen. Van een consument mag een kritische houding worden verwacht zowel bij – door zich te laten informeren – als na de aanschaf van een mobiele telefoon door onder meer het lezen van de gebruiksaanwijzing en zich op de hoogte te stellen van de service die de verkoper en/of fabrikant biedt.

Bevinding over vochtschade

De derde bevinding heeft betrekking op vochtschade en het ontstaan daarvan. Evenals bij het normaal gebruik van een mobiele telefoon ziet ACM dat ook over vochtschade en het ontstaan daarvan verschil van inzicht bestaat. Dat leidt ertoe dat de diagnose vochtschade, in het geval een mobiele telefoon ter reparatie is aangeboden, veelvuldig tot een discussie leidt tussen de verkoper en de consument. Immers de diagnose vochtschade leidt – zo volgt uit het onderzoek – per definitie tot verval van de fabrieksgarantie en bij de meeste verkopers met wie gesproken is ook tot verval van wettelijke rechten.

Verkopers die zijn geïnterviewd verklaren de discussies met consumenten over vochtschade als volgt: consumenten zijn zich er niet van bewust dat vochtschade niet alleen kan ontstaan door contact met water of andere vloeistof, maar ook door blootstelling aan vochtige lucht en condens. Vochtschade kan volgens de verkopers ook ontstaan door bijvoorbeeld bellen in de regen, door het meenemen van de mobiele telefoon naar de discotheek, door het toestel neer te leggen en/of te gebruiken in een vochtige badkamer of keuken, door het toestel in een (sport)tas naast een flesje koud water te bewaren.

De meeste verkopers gaan ervan uit dat er bij vochtschade altijd sprake is van verkeerd gebruik van het toestel door de consument. In de hiervoor genoemde voorbeelden van omstandigheden waardoor vochtschade kan ontstaan, is er volgens hen sprake van onzorgvuldig gebruik door de consument. In de gesprekken heeft één van de providers aangegeven ervan uit te gaan dat vochtschade ook bij normaal gebruik kan ontstaan. In de eerste zes maanden na aankoop neemt deze provider vochtschade voor zijn rekening, omdat niet kan worden aangetoond of de vochtschade is ontstaan door verkeerd gebruik van de telefoon door de consument.



Dat de consument zich niet bewust is van deze oorzaken, kan mede een gevolg zijn van het door verkopers niet verstrekken van specifieke informatie bij de aanschaf van een mobiele telefoon door een consument over omstandigheden die een risico op het ontstaan van vochtschade opleveren. Dit wordt bevestigd in het

consumentenonderzoek; consumenten gaven aan dat zij bij de aanschaf van hun toestel geen informatie kregen over de vochtbestendigheid daarvan. Daarnaast sluit het aan op de constatering dat verwachtingen van consumenten over de eigenschappen van een mobiele telefoon in relatie tot normaal gebruik veelal onvoldoende worden getemperd en ingekaderd.

In tegenstelling tot de verkopers stellen de geïnterviewde fabrikanten dat de blootstelling aan vochtige lucht en condens niet per definitie vochtschade kan veroorzaken. Hooguit zouden de vochtindicatoren die zich in en soms ook aan de buitenkant van het toestel bevinden, kunnen verkleuren. De fabrikanten en de geautoriseerde reparatiebedrijven zeggen echter dat de diagnose vochtschade alleen wordt gesteld als er daadwerkelijk sprake is van corrosie in het toestel en als het defect daardoor wordt veroorzaakt. Verklaard is dat dit voor bepaalde merken in het verleden anders is geweest. Destijds werd alleen op basis van een verkleurde vochtindicator de diagnose vochtschade gesteld. Dit beleid is echter gewijzigd.

ACM constateert dat in de eerste drie kwartalen van 2013 het aantal meldingen bij ConsuWijzer over problemen in verband met vochtschade sterk is afgenomen ten opzichte van het laatste kwartaal van 2012. Mogelijk hangt deze afname samen met het gewijzigde beleid rondom het vaststellen van vochtschade, zoals hiervoor genoemd.

ACM concludeert dat vochtschade de voornaamste bron van discussie is tussen de consument en de verkoper. Daarbij ziet ACM dat het voor de consument vaak onduidelijk is waarom en hoe het kan dat de diagnose vochtschade wordt gesteld. Verder concludeert ACM dat tussen de verkopers en fabrikanten van mobiele telefoons verschil van inzicht bestaat over het ontstaan en de oorzaken van vochtschade. ACM vindt dat verkopers en fabrikanten duidelijker kunnen zijn over de wijze waarop vochtschade kan ontstaan, hoe vochtschade kan worden voorkomen en wat de gevolgen zijn voor de fabrieksgarantie en de wettelijke garantie bij de diverse vormen van vochtschade.

Bevinding over second opinion

De vierde bevinding heeft betrekking op de beperkte mogelijkheden voor de consument om een second opinion te laten uitvoeren wanneer hij twijfelt over de diagnose van een reparatiebedrijf over het defect aan zijn mobiele telefoon.

ACM constateert dat een second opinion meestal wordt uitgevoerd binnen hetzelfde reparatiebedrijf dat in eerste instantie (de oorzaak van) het defect heeft beoordeeld. Veelal gebeurt dit door een andere medewerker van het reparatiebedrijf dan degene die de eerste beoordeling heeft gedaan. In een enkel geval wordt een tweede beoordeling uitgevoerd door een ander voor dat merk geautoriseerd reparatiebedrijf.

De beperkte mogelijkheid voor het laten uitvoeren van een onafhankelijke second opinion vloeit mede voort uit het gegeven dat de meeste merken mobiele telefoons in Nederland slechts één of twee bedrijven geautoriseerd hebben om reparaties aan de toestellen uit te voeren. Een enkel merk heeft drie bedrijven geautoriseerd.

Daarnaast is het laten uitvoeren van een reparatie of een second opinion door een niet-geautoriseerd reparatiebedrijf veelal geen optie, omdat dan – doordat het toestel bij reparatie moet worden opengemaakt – de fabrieksgarantie vervalt.

ACM concludeert dat door de combinatie van een beperkt aantal geautoriseerde reparatiebedrijven en het vervallen van de fabrieksgarantie wanneer een niet-geautoriseerd reparatiebedrijf het defect aan de telefoon beoordeelt en/of repareert, de mogelijkheden voor een onafhankelijke second opinion beperkt zijn.



ACM ziet evenwel dat bij de consument de behoefte bestaat aan de mogelijkheid tot het laten uitvoeren van een onafhankelijke second opinion. Het inrichten van de mogelijkheid om een second opinion te laten uitvoeren, kan het proces rondom de afwikkeling van reparaties en in het verlengde daarvan garantie en conformiteit, verbeteren. ACM

heeft haar bevindingen met betrekking tot de second opinion gedeeld met de marktpartijen.

Bevinding over leentoeistel

De vijfde conclusie heeft betrekking op de wettelijke plicht van een verkoper om – indien een product non-conform is – te zorgen voor kosteloos herstel of vervanging, binnen een redelijke termijn en zonder ernstige overlast voor de koper. Van non-conformiteit van een product is onder andere sprake als het product niet (goed) werkt, niet werkt zoals door de verkoper en/of fabrikant in bijvoorbeeld reclame is toegezegd of niet voldoet aan de opgegeven specificaties.

Het uitgangspunt van deze wettelijke plicht is dat de consument recht heeft op een gratis reparatie of een nieuw product. Dat moet dan binnen een bepaalde tijd gebeuren en zonder dat de consument daar te veel last van heeft. De verkoper kan er bijvoorbeeld voor zorgen dat hij, gedurende de reparatieperiode, de consument een product te leen geeft. Of de verkoper dat ook *moet* doen, zal afhangen van de contractvoorwaarden dan wel of sprake is van ernstige overlast in de zin van artikel 7:21, derde lid, van het Burgerlijk Wetboek.

Op basis van het onderzoek constateert ACM dat – wanneer een mobiele telefoon ter reparatie moet worden opgestuurd – het in de meeste gevallen één tot drie weken duurt voordat de consument het toestel terug heeft. Daarbij geven de verkopers aan dat de meeste reparaties binnen een aantal dagen worden uitgevoerd, waardoor de consument zijn toestel binnen één week terug heeft.

De meeste verkopers treffen op dit moment geen maatregelen om de overlast van het moeten missen van het toestel tijdens de reparatie te compenseren, anders dan het aanbieden van een verzekering. Dit terwijl zij ook zeggen dat de mobiele telefoon intensief wordt gebruikt en dat consumenten tegenwoordig bijna niet zonder mobiele telefoon kunnen. Een leentoeistel wordt door de meeste verkopers alleen verstrekt indien de consument daarvoor een verzekering heeft afgesloten.

ACM ziet echter ook een voorzichtige ontwikkeling in de markt, waarbij verkopers – ongeacht of de consument daartoe een verzekering heeft afgesloten – door het verstrekken van leentoeistellen trachten de ernstige overlast (tot een minimum) te beperken. ACM juicht deze ontwikkeling toe.

Conclusie en aanbevelingen

Conclusie

ACM is als toezichthouder juridisch bevoegd om op te treden tegen overtredingen van regelgeving waarop zij toeziet, waaronder collectieve inbreuken op consumentenrecht. Na onderzoek concludeert ACM dat formeel optreden niet nodig is, omdat geen sprake is van (collectieve) misstanden bij de naleving van de garantie- en conformiteitsregelgeving. ACM concludeert dit na analyse van de (aard van de) signalen, het uitgevoerde consumentenonderzoek en van het gedrag van de ondernemingen die actief zijn op deze markt en waarmee in het kader van dit onderzoek is gesproken. ACM neemt hierbij in ogenschouw dat de wetgever als uitgangspunt heeft genomen dat ACM alleen geacht wordt in te grijpen bij inbreuken op het consumentenrecht, wanneer de markt (het zogenaamde ‘private fundament’) zelf onvoldoende in staat is om inbreuken effectief te beëindigen.⁹ Uit de scan komt niet naar voren dat dit systeem niet functioneert. Wel vindt ACM dat betrokken bedrijven een eigen verantwoordelijkheid hebben en die soms ook meer kunnen nemen. Bij de aanbevelingen richt ACM zich daarom met name tot deze betrokkenen.

⁹ Kamerstukken II, 2005-2006, 30 411, nr. 3, p. 6.



In haar aanbevelingen richt ACM zich ook tot de consument. Van de consument mag een kritische houding worden verwacht. ACM roept consumenten dan ook op tot het nemen van een eigen verantwoordelijkheid en het aannemen van een kritische houding zowel op het moment van aanschaf van een mobiele telefoon als op

het moment dat het toestel een defect vertoont en de consument zijn rechten wil invoeren. In dat verband heeft ACM op haar website ConsuWijzer.nl informatie geplaatst voor consumenten over garantie- en conformiteitsregels.

Uit het onderzoek komt naar voren dat de verwachting van de consument rondom normaal gebruik en de levensduur van een mobiele telefoon niet strookt met die van de ondernemingen die op deze markt acteren. De meeste discussie die plaatsvindt over garantie en conformiteit van mobiele telefoons vloeit met name voort uit het verschil in perceptie van normaal gebruik van een mobiele telefoon en – in het verlengde daarvan – het ontstaan van vochtschade.

Aanbevelingen

Het onderzoek naar de naleving van de garantie- en conformiteitsregels door aanbieders van mobiele telefoons leidt tot de volgende aanbevelingen van ACM:

1. De bedrijven op deze markt hebben een wettelijke verantwoordelijkheid richting hun (toekomstige) klanten. De verkopers van mobiele telefoons hebben in het bijzonder jegens de consument de verplichting tot een juiste naleving van de garantie- en non-conformiteitsbepalingen. Zij zijn immers het eerste aanspreekpunt voor de consument bij het invoeren van hun rechten rondom garantie- en non-conformiteit. Deze verplichting van de verkoper eindigt niet bij de fabrieksgarantie die in de regel bij mobiele telefoons twee jaar is, maar omvat ook de wettelijke rechten over garantie- en non-conformiteit bij consumentenkoop. Verkopers dienen te onderzoeken of de consument op grond van de wettelijke rechten van consumentenbescherming recht heeft op (al dan niet) kosteloos herstel of vervanging van het product, ongeacht de fabrieksgarantie.
2. De bedrijven op deze markt kunnen duidelijker zijn in wat wordt verstaan onder normaal gebruik van een mobiele telefoon en wat de levensduur van een mobiele telefoon is. De perceptie over deze beide aspecten bij consumenten komt niet overeen met die van de bedrijven op deze markt. De consument heeft, zo blijkt ook uit het consumentenonderzoek, bepaalde verwachtingen van een mobiele telefoon, mede gelet op het veelvuldig gebruik ervan in het dagelijks leven. ACM kan zich daarin vinden, maar vindt ook dat de verwachtingen van de consumenten van een mobiele telefoon redelijk moeten zijn. De verwachtingen van een mobiele telefoon worden door de geringe informatie die de verkoper en de fabrikant verstrekken aan de consument enerzijds en een weinig kritische houding van de consument bij de aanschaf van een mobiele telefoon anderzijds, onvoldoende getemperd en ingekaderd. ACM heeft haar bevindingen teruggekoppeld aan de bedrijven die zij in het kader van dit onderzoek heeft geïnterviewd.
3. In het verlengde van het vorige punt ligt het aspect vochtschade. De meeste discussie over garantie en conformiteit bij mobiele telefoons spitst zich hierop toe. In het geval een mobiele telefoon ter reparatie wordt aangeboden en de diagnose vochtschade wordt gesteld, vervalt de fabrieksgarantie per definitie en bij de meeste verkopers vervallen ook de wettelijke rechten. ACM constateert op basis van het onderzoek evenwel dat tussen de verkopers en fabrikanten van mobiele telefoons verschil van inzicht bestaat over het ontstaan en de oorzaken van vochtschade. ACM heeft haar bevindingen teruggekoppeld aan de bedrijven die zij in het kader van dit onderzoek heeft geïnterviewd. Daarbij heeft ACM hen dringend opgeroepen duidelijk te maken op welke wijzen vochtschade kan ontstaan en hoe vochtschade kan worden voorkomen en welke gevolgen dat heeft voor de (fabrieks)garantie.
4. Consumenten kunnen zich bewuster zijn van de mogelijkheden van de wettelijke consumentenbeschermingsbepalingen. Daartoe heeft ACM op haar website ConsuWijzer deze rechten



opgenomen en – aan de hand van voorbeelden – uitgelegd. Van de consument mag verwacht worden dat hij een eigen verantwoordelijkheid neemt en een kritische houding aanneemt, zowel op het moment van en na aanschaf van een mobiele telefoon (zich laten informeren over het gebruik van de telefoon en het doornemen

van de gebruiksaanwijzing) als op het moment dat een toestel een defect vertoont en hij zijn rechten wil inroepen.

5. De structuur van de reparatieketen bij mobiele telefoons maakt het vrijwel onmogelijk voor consumenten om – in het geval van een defect aan een mobiele telefoon – een onafhankelijke second opinion te krijgen. Voor reparaties aan de meeste merken van mobiele telefoons zijn in Nederland hooguit één of twee reparatiebedrijven geautoriseerd. In het geval een consument om een second opinion vraagt, wordt dit veelal binnen hetzelfde reparatiebedrijf uitgevoerd. Benadert een consument een niet geautoriseerd reparatiebedrijf en opent dit bedrijf het toestel, dan vervalt in de regel de fabrieksgarantie. ACM ziet evenwel dat bij de consument de behoefte bestaat aan de mogelijkheid tot het laten uitvoeren van een onafhankelijke second opinion. ACM geeft marktpartijen ter overweging mee dat het inrichten van de mogelijkheid om een onafhankelijke second opinion te laten uitvoeren, kan leiden tot een verbetering van het proces rondom afwikkeling van reparaties en daarmee gepaard gaande vragen en discussies over garantie en conformiteit.
6. ACM constateert dat indien een mobiele telefoon ter reparatie moet worden opgestuurd naar een reparatiebedrijf, het in de meeste gevallen één tot drie weken duurt voordat de consument het toestel terug heeft. Een verkoper heeft de wettelijke plicht, indien sprake is van een ondeugdelijk product, te zorgen voor kosteloos herstel of vervanging binnen een redelijke termijn en zonder ernstige overlast voor de koper. De meeste geïnterviewde verkopers, verstrekken geen leentoeestel gedurende de reparatieperiode. Veelal wordt een leentoeestel alleen verstrekt indien de consument daarvoor een verzekering heeft afgesloten. We zien een voorzichtige ontwikkeling in de markt waarbij verkopers de overlast trachten te beperken door het verstrekken van leentoeestellen ongeacht of de consument daartoe een verzekering heeft afgesloten of te zorgen voor een andere passende oplossing. ACM juicht deze ontwikkeling toe.

Op dit moment ziet ACM geen aanleiding om zelf verdere vervolgacties te starten. Wel blijft ACM de ontwikkelingen monitoren van de branche en van meldingen op ConsuWijzer.