

prijzenfestivals

internethandel

algemene
voorwaarden



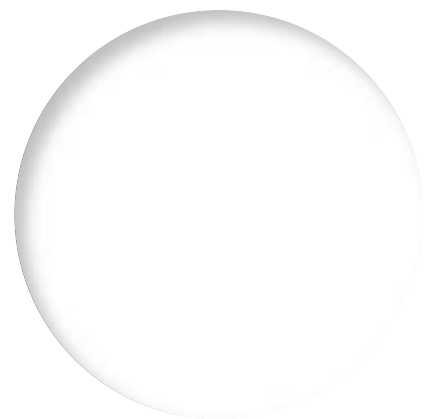
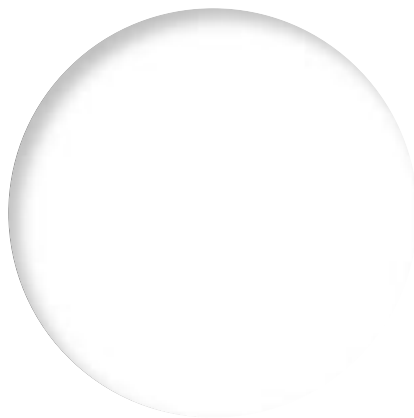
Agenda 2007

garantie en
conformiteit

reisbranche



consumenten*autoriteit*



prijzenfestivals

internethandel

algemene
voorwaarden

Handhaven met beleid

Effectief en slagvaardig, handelend vanuit goed onderbouwde keuzes. Dat is de manier waarop de Consumentenautoriteit haar werk wil doen. Om niet door de waan van de dag te worden geregeerd en om haar capaciteit en middelen gestructureerd en doelgericht in te zetten, kiest de Consumentenautoriteit voor een programmatisch handhavingsbeleid.

Met haar programmatisch handhavingsbeleid zet de Consumentenautoriteit gericht in op een beperkt aantal, vooraf bepaalde aandachtsgebieden. Tegelijkertijd houdt de Consumentenautoriteit capaciteit beschikbaar om op te treden tegen ernstige inbreuken op andere terreinen.

In 2007, het eerste jaar van haar bestaan, richt de Consumentenautoriteit zich op vijf aandachtsgebieden. Ze zijn vastgesteld na consultatie van belangrijke partijen uit het veld: consumenten- en ondernemersorganisaties, wetenschap, bestaande toezichthouders en zelfreguleringsinstanties.

garantie en
conformiteit

reisbranche

Selectie van aandachtsgebieden

De Consumentenautoriteit heeft vijf aandachtsgebieden geselecteerd aan de hand van een aantal criteria. De impact van het niet naleven van de regels staat hierbij centraal. De criteria zijn:

- de omvang van de schade voor consumenten; daarbij gaat het in eerste instantie om economische schade, maar de Consumentenautoriteit heeft ook oog voor immateriële aspecten, zoals de irritatie bij consumenten.
- de impact op het consumentenvertrouwen: een onderwerp kan relevant zijn vanuit het oogpunt van herstel of versterking van het consumentenvertrouwen om bepaalde aankopen te doen of diensten af te nemen.
- de impact op de markt: dit criterium weegt de impact mee die een bepaalde gedraging heeft op de mate van eerlijke concurrentie en transparantie. Zo kunnen bonafide ondernemers schade lijden door toedoen van een concurrent die zich niet aan de regels houdt.

Op zaaksniveau worden daarnaast de volgende prioriteringscriteria toegepast:

- Past een onderwerp/zaak binnen de strategische keuzes (met name de aandachtsgebieden) van de Consumentenautoriteit?
- Zijn er maatschappelijke redenen, zoals een brede maatschappelijke verantwoordiging, die maken dat een bepaalde zaak aandacht verdient?
- Lost handhavend optreden door de Consumentenautoriteit het gesignaleerde probleem effectief op? Of is een andere partij beter in staat om het gesignaleerde probleem aan te pakken?
- Hoe verhoudt de inzet van mensen en middelen zich tot de verwachte resultaten?

prijzenfestivals

internethandel

algemene
voorwaarden

Internationale samenwerking

Naast nationale zaken behandelt de Consumentenautoriteit ook dossiers met een grensoverschrijdende dimensie. Gelet op de ontwikkeling van de Europese interne markt en de bijbehorende toename van aankopen door consumenten over de grens, beschouwt de Consumentenautoriteit dit als een belangrijk onderdeel van haar werk. Zij zal hierbij samenwerken met collega-toezichthouders uit andere lidstaten. Krijgt de Consumentenautoriteit uit dit Europese netwerk een verzoek om bijstand, dan is zij verplicht hieraan gehoor te geven.



De Consumentenautoriteit werkt ook samen met consumententoezichthouders uit landen binnen en buiten Europa, zoals de Engelse Office of Fair Trading en de Amerikaanse Federal Trade Commission.

garantie en
conformiteit

reisbranche



prijzenfestivals

internethandel

algemene
voorwaarden

De Consumentenautoriteit in 2007:

algemene voorwaarden

Consumenten krijgen in hun relatie met ondernemers in allerlei situaties te maken met algemene voorwaarden ('de kleine lettertjes'). Het betreft hier de kern van het consumentenrecht. Algemene voorwaarden geven invulling aan de rechtsverhouding tussen consument en ondernemer. Ze scheppen daarmee duidelijkheid in de contractuele relatie.

Wat is het probleem?

Er is een verschil tussen tweezijdige algemene voorwaarden die tot stand zijn gekomen in het voorwaardenoverleg dat bij de SER plaatsvindt tussen vertegenwoordigers van ondernemers en consumenten, en eenzijdig opgestelde algemene voorwaarden. Tweezijdige voorwaarden zijn meestal evenwichtig van aard en stroken met de consumentenregels. Eenzijdige algemene voorwaarden bevatten regelmatig bedingen die onredelijk bezwarend zijn. Deze beperken de rechten van consumenten.

Consumenten realiseren zich veelal niet welke bedingen als onredelijk bezwarend kunnen worden aangemerkt. Algemene voorwaarden zijn vaak lang, staan weergegeven in kleine lettertjes en zijn meestal lastig te begrijpen. Bepalingen in algemene voorwaarden die strijdig zijn met consumentenwetgeving, kunnen de consument een onjuist beeld geven van zijn rechtspositie. Op deze wijze wordt afbreuk gedaan aan de bescherming die de wet consumenten biedt.

"Het is goed dat de Consumentenautoriteit naar de algemene voorwaarden van verschillende producten en diensten kijkt. Ik raad de Consumentenautoriteit aan om zich daarbij vooral te richten op markten waarin dure ervarings- en vertrouwensgoederen worden verhandeld. In deze markten gaat het vaak om producten die de consument zelf moeilijk op kwaliteit kan beoordelen, zoals auto's, terwijl er vaak veel geld mee gemoeid is."

prof. dr. R.J. van den Bergh, directeur
Rotterdam Institute of Law and
Economics (RILE)

garantie en
conformiteit

reisbranche



Management

Management ist
die Kunst, die richtigen
Menschen an die richtigen
Stellen zu setzen und
sie dazu zu bringen,
ihre Aufgaben zu erledigen.

prijzenfestivals

internethandel

algemene
voorwaarden

De Consumentenautoriteit in 2007:

algemene voorwaarden

Wat gaat de Consumentenautoriteit eraan doen?

De Consumentenautoriteit zal zich richten op onredelijk bezwarende bedingen in eenzijdig vastgestelde algemene voorwaarden. Eenzijdig opgestelde branchevoorwaarden bevatten relatief vaak bepalingen die tegen dwingende consumentenwetgeving ingaan. Dit geldt overigens ook voor algemene voorwaarden van individuele ondernemingen die niet zijn aangesloten bij een brancheorganisatie. Dergelijke bedingen kunnen in strijd zijn met de dwingende regels van het consumentenrecht; de regels dus waarvan niet ten nadele van de consument mag worden afgeweken. De Consumentenautoriteit maakt in 2007 een begin met het toetsen van algemene voorwaarden op de aanwezigheid van onredelijke bedingen.

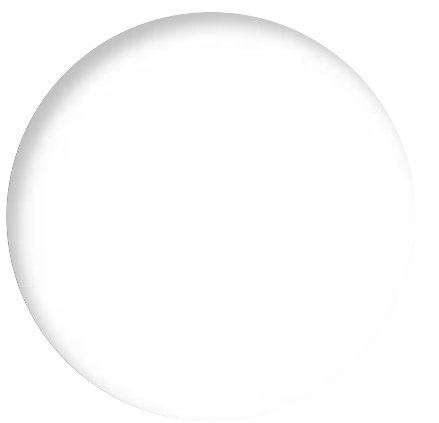
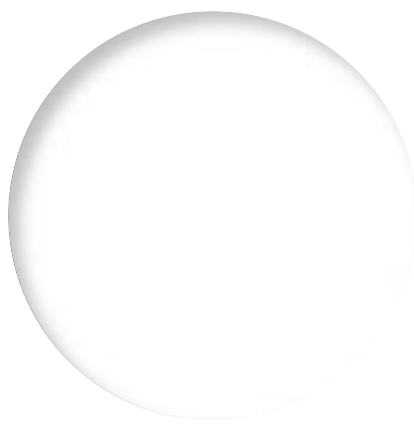
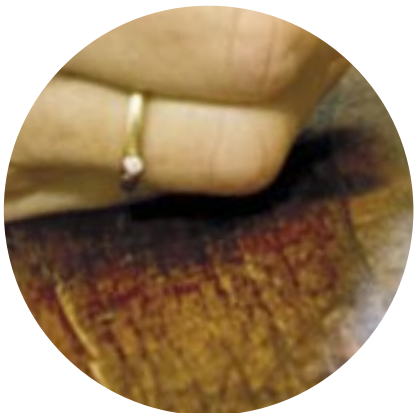
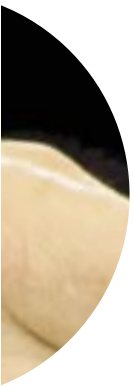
Wat wil de Consumentenautoriteit bereiken?

Door collectieve inbreuken op dit aandachtsgebied gericht aan te pakken, wil de Consumentenautoriteit in 2007 bereiken dat algemene voorwaarden die onredelijk bezwarende bedingen bevatten, worden aangepast.

garantie en
conformiteit

reisbranche





prijzenfestivals

internethandel

De Consumentenautoriteit in 2007:

internethandel

Wanneer een consument via internet een product of dienst bestelt bij een bedrijf, is er sprake van internethandel. Internethandel heeft vele voordelen voor consumenten. Zij kunnen vanuit de luie stoel bestellen, producten zijn soms goedkoper dan in de winkel en lastig verkrijgbare producten in de winkel zijn via het web vaak toch leverbaar. De markt voor online consumentenbestedingen maakt in Nederland de laatste jaren dan ook een flinke groei door.

Wat is het probleem?

Er kleven ook nadelen aan elektronisch bestellen van producten en diensten. Zo is het vaak moeilijk het product voor aankoop goed te bestuderen. Verder is het mogelijk dat de verkoper in een ander land is gevestigd dan de koper. Of het adres van de verkoper is onbekend, waardoor het lastig is verhaal te halen als het product niet wordt geleverd of als er iets aan mankeert. Om deze nadelen te ondervangen, heeft de wetgever de ondernemer een aantal verplichtingen opgelegd.

Een belangrijke verplichting betreft de informatievoorziening van de verkoper naar de consument. Uit diverse onderzoeken van bijvoorbeeld de Consumentenbond en ECC-net (netwerk van Europese ConsumentenCentra) blijkt dat internetaanbieders nog vaak tekortschieten op het punt van de verplichte informatievoorziening aan consumenten. De Consumentenautoriteit vindt dit onwenselijk.

garantie en conformiteit

reisbranche

“Wij willen graag samen met de Consumentenautoriteit oneerlijke internethandel aanpakken. Het is een jonge markt die volop in beweging is met voortdurend nieuwe technieken. De wet- en regelgeving kan dit nauwelijks bijhouden. Het is van belang dat bedrijven de ruimte krijgen om te ondernemen en dat consumenten tegelijkertijd voldoende worden beschermd. De Consumentenautoriteit kan daar een belangrijke rol in spelen. Bedrijven die het willens en wetens niet zo nauw nemen met de wettelijke verplichtingen schaden de hele branche, inclusief ondernemers die over het Thuiswinkel Waarborg (ons keurmerk) beschikken.”



prijzenfestivals

internethandel

De Consumentenautoriteit in 2007:

internethandel

Wat gaat de Consumentenautoriteit eraan doen?

Om het consumentenvertrouwen in de internethandel verder te bevorderen, zet de Consumentenautoriteit in 2007 in op betere naleving van de wettelijke informatieverplichtingen. De wet verlangt dat de consument vooraf voldoende duidelijk geïnformeerd wordt over de te kopen zaak of de af te nemen dienst. Op de website moeten bijvoorbeeld de belangrijkste kenmerken van de zaak of dienst vermeld worden, en moet de consument correct worden geïnformeerd over de bedenktijd. Ook moet de prijs worden weergegeven met inbegrip van alle belastingen.

Wat wil de Consumentenautoriteit bereiken?

Een goede informatievoorziening van webwinkels richting consumenten. Dit is het startpunt voor eerlijke handel. Vanzelfsprekend vormt dit geen garantie dat er geen problemen optreden in het verdere verloop van het koopproces of in de *after sales*. Toch wordt de kans daarop aanzienlijk kleiner wanneer de internetaanbieder in de pre-contractuele fase – dus vóór de totstandkoming van de overeenkomst - de consument van voldoende en juiste informatie voorziet.

De consument krijgt daarmee het noodzakelijke instrumentarium om zijn rol op deze markt te kunnen spelen. Zo wordt het vertrouwen in aankopen via internet vergroot.



garantie en
conformiteit

reisbranche



prijzenfestivals

De Consumentenautoriteit in 2007:

prijzenfestivals

De Consumentenautoriteit richt zich in 2007 op misleidende prijzenfestivals en neploterijen. Onder misleidende prijzenfestivals verstaat de Consumentenautoriteit promotionele acties die consumenten ten onrechte in de veronderstelling laten verkeren dat zij een prijs hebben gewonnen. Bij neploterijen of *lottery scams* worden consumenten via een misleidende uitnodiging overgehaald een geldbedrag over te maken in de veronderstelling dat zij vervolgens een grote prijs in ontvangst kunnen nemen.

Wat is het probleem?

Bij misleidende prijzenfestivals is het de bedoeling van de organisator om de consument één of meerdere bestellingen te laten doen voor een product. In het geval van neploterijen of *lottery scams* wordt niets meer van de organisatie vernomen nadat het gevraagde geldbedrag is geïncasseerd. Het gaat bij deze neploterijen om moeilijk traceerbare overtreders die de opbrengsten in veel gevallen gebruiken om andere criminele activiteiten te financieren.

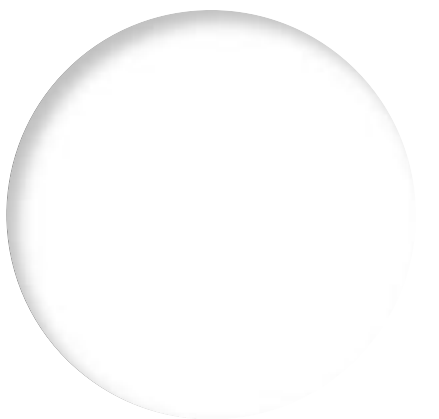
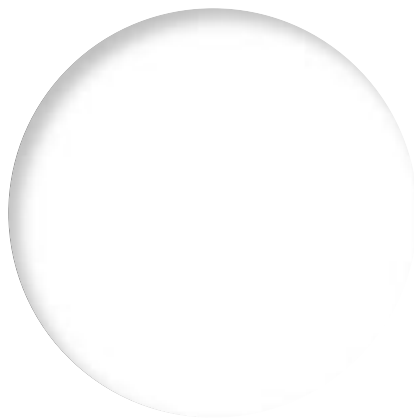
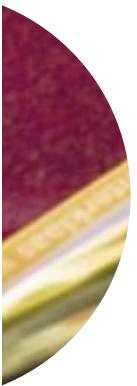
Het blijkt dat veel van deze praktijken vanuit Nederland worden uitgevoerd, gericht op buitenlandse consumenten. De Consumentenautoriteit verwacht dan ook veel verzoeken van buitenlandse collega-toezichthouders om op te treden tegen misleidende prijzenfestivals en neploterijen.

“Misleidende loterijen en prijzenfestivals zijn uitgegroeid tot een groot probleem. Dergelijke zaken zijn helaas lastig aan te pakken. Het is moeilijk om ze te bewijzen en ze vergen van politie en justitie veel menskracht. Ik hoop van harte dat de Consumentenautoriteit daadkrachtig en effectief tegen deze praktijken kan optreden.”

drs. H.W.G. Remme, programmamanager
Kansspelen bij het Ministerie van Justitie

garantie en
conformiteit

reisbranche



prijzenfestivals

De Consumentenautoriteit in 2007:

prijzenfestivals

Wat gaat de Consumentenautoriteit eraan doen?

De Consumentenautoriteit wil samen met de andere partijen die al actief zijn op dit terrein, komen tot een effectieve bestrijding van deze praktijken. Bij de aanpak van neploterijen zal daartoe nauw worden samengewerkt met het Openbaar Ministerie. Bij het optreden tegen misleidende prijzenfestivals werkt de Consumentenautoriteit samen met de Stichting Reclame Code en het projectbureau Kansspelen van het Ministerie van Justitie. Bij de aanpak van internationale zaken op dit terrein werkt de Consumentenautoriteit samen met buitenlandse consumententoezichthouders.

Om te voorkomen dat consumenten de dupe worden van deze praktijken, richt de Consumentenautoriteit zich in 2007 bovendien op voorlichting via onder meer ConsuWijzer.

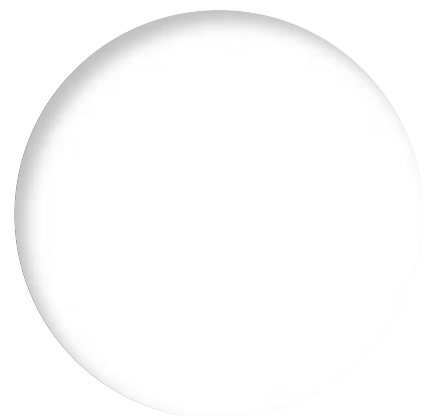
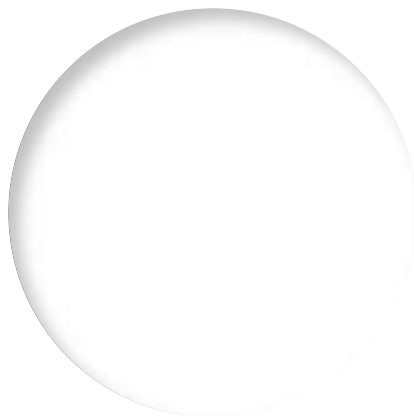
Wat wil de Consumentenautoriteit bereiken?

De Consumentenautoriteit zet in 2007 in op het terugdringen van misleidende prijzenfestivals en neploterijen. Door een gezamenlijke aanpak met de genoemde partijen en door voorlichting moet Nederland een minder aantrekkelijke 'vestigingsplaats' voor deze praktijken worden.



garantie en
conformiteit

reisbranche



De Consumentenautoriteit in 2007:

reisbranche

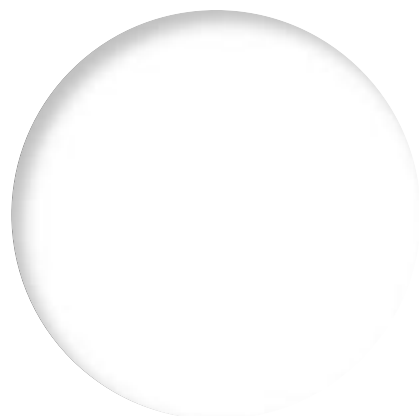
Misleidende prijzen binnen de reisbranche en 'lokkertjes' met een beperkte beschikbaarheid; daarop wil de Consumentenautoriteit zich in 2007 richten. Inmiddels is de Code Reisaanbiedingen afgesloten. Hiermee heeft een groot aantal organisaties binnen de reisbranche zich gecommitteerd aan het voorkómen van misleidende reclame-uitingen op het gebied van prijs en beschikbaarheid.

Binnen de reisbranche speelt nog een ander probleem, namelijk dat de consument niet altijd financiële zekerheid heeft als de reisorganisator failliet gaat. Dat terwijl reisorganisatoren wettelijk verplicht zijn om de consument die zekerheid te bieden. Reisaanbieders die – na aanbetalingen – verdwijnen zonder een reis te hebben georganiseerd of die in betalingsmoeilijkheden raken zonder voldoende financiële zekerheid, kunnen veel consumenten duperen.

De Code Reisaanbiedingen geldt voor alle reizen waarvan de ingangsdatum op of na 1 april 2007 ligt. De Reclame Code Commissie is aangemerkt als de instantie die een rol kan spelen in de handhaving van de code.

garantie en
conformiteit

reisbranche



De Consumentenautoriteit in 2007:

reisbranche

Wat gaat de Consumentenautoriteit eraan doen?

De Consumentenautoriteit ziet het in 2007 als haar taak versterkend te werken op de Code Reisaanbiedingen. Bijvoorbeeld door ondernemers aan te pakken die zich niet aan de code wensen te onderwerpen en misleidend blijven adverteren. De Consumentenautoriteit zal samenwerken met partijen als de Stichting Reclame Code, de Consumentenbond, het Algemeen Nederlands Verbond van Reisonderningen (ANVR) en de Board of Airline Representatives in the Netherlands (BARIN).

Ook doet de Consumentenautoriteit in 2007 onderzoek naar de verplichte garantiestelling van reisorganisatoren. Op basis daarvan bepaalt zij of ze op dit onderwerp in de toekomst handhavend moet optreden.

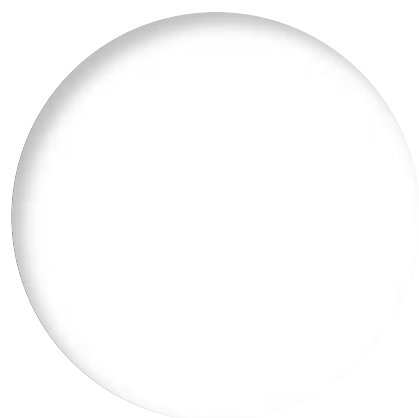
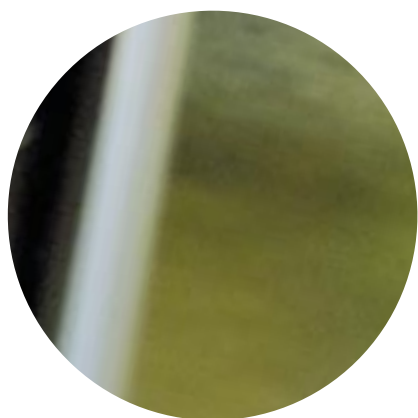
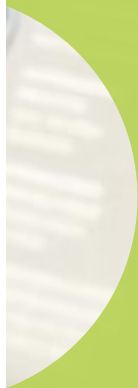
Wat wil de Consumentenautoriteit bereiken?

Het doel is om in 2007 een omslag te realiseren van intransparante naar transparante prijzen inclusief alle bijkomende kosten, en om te zorgen voor beschikbaarheid van reizen tegen de gecommuniceerde prijs. Consumenten worden daarmee in staat gesteld binnen de reisbranche goed geïnformeerd hun keuzes te maken. Door de prijstransparantie te vergroten kan het marktmechanisme in de reisbranche beter werken.



garantie en
conformiteit

reisbranche



De Consumentenautoriteit in 2007:

garantie en conformiteit

Een verkoper is wettelijk verplicht een product te leveren dat aan de overeenkomst beantwoordt. Dit is het conformiteitsvereiste. Een door de ondernemer of fabrikant verstrekte garantie mag geen afbreuk doen aan de rechten die de wet aan de koper toekent. Er bestaan veel misverstanden over de rechten van consumenten, vooral wanneer zich gebreken aan producten voordoen nadat de garantieperiode verstreken is.

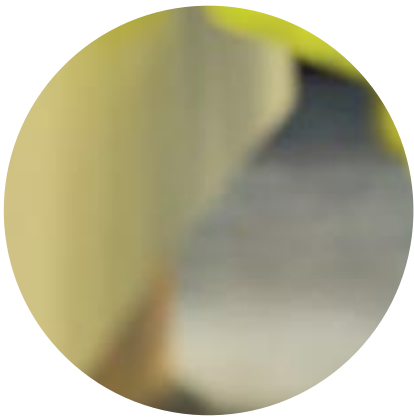
Wat is het probleem?

Klachten en geschillen die samenhangen met garantie en conformiteit zijn aan de orde van de dag bij consumentenorganisaties, geschillencommissies en rechtsbijstandverzekeringen. De klachten vinden voor een belangrijk deel hun oorsprong in onbekendheid bij consument en ondernemer met de regels rondom garantie en conformiteit.

“Wanneer de wet niet wordt nageleefd, is het niet altijd een kwestie van onwil van ondernemers. Het kan ook onwetendheid zijn. De Consumentenautoriteit kan iets doen aan dit kennisprobleem, maar moet op dit aandachtsgebied soms ook handhavend optreden. Voorlichting aan consumenten en bedrijven helpt conflicten te voorkomen, maar alléén informeren is niet altijd voldoende. Onwetendheid bij ondernemers mag straks geen excuus meer zijn. Rechten van consumenten worden al jarenlang geschonden en daar moet nu snel een eind aan komen.”

mr. J.T. Peters, beleidsmedewerker
Consumentenbond

garantie en
conformiteit



De Consumentenautoriteit in 2007:

garantie en conformiteit

Wat gaat de Consumentenautoriteit eraan doen?

De Consumentenautoriteit gaat in eerste instantie voorlichting geven en bewustwording creëren. Zij wil een tweesporenbeleid volgen, waarbij de informatieverstrekking zich zowel richt op de consument als op de aanbieder. Het is namelijk van groot belang dat consumenten en aanbieders weten wat ze van elkaar kunnen verlangen. ConsuWijzer zal op dit gebied een belangrijk communicatiekanaal vormen.

Wat wil de Consumentenautoriteit bereiken?

De Consumentenautoriteit wil zowel algemene als gerichte voorlichting geven. Daarnaast wil zij de binnenkomende signalen en klachten inventariseren. Op die manier kan zij in de toekomst handhavend optreden wanneer blijkt dat op het terrein van garantie en conformiteit sprake is van collectieve inbreuken: inbreuken die zich niet beperken tot de individuele relatie tussen consument en ondernemer, maar die van structurele aard zijn.

garantie en
conformiteit



“VNO-NCW krijgt wat betreft garanties en conformiteit natuurlijk vooral signalen uit de ondernemershoek. Daaruit blijkt dat de Europese wetgeving af en toe vragen oproept wanneer het gaat om garanties. Voorlichting lijkt ons het aangewezen middel om de kennis van consumenten en ondernemers wat betreft hun rechten en plichten te verbeteren.”

drs. H.J.J. van Breemen, secretaris
consumentenzaken VNO-NCW