

Connecties



NR 3 / DECEMBER 2008 NIEUWS- EN PUBLICATIEBLAD VAN DE ONAFHANKELIJKE POST EN TELECOMMUNICATIE AUTORITEIT



COVERSTORY

ConsuWijzer: de ogen en oren van OPTA

ACHTER DE SCHERMEN

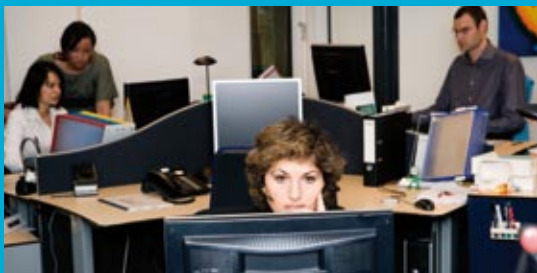
Uitwisselen van deskundigheid



“Je kunt niet tegelijk producent en consument zijn”

– HEERE HEERESMA

In dit nummer



4 COVERSTORY ConsuWijzer: de ogen en oren van OPTA



12 WETGEVING Oneerlijke handelspraktijken



14 ACHTER DE SCHERMEN Uitwisselen van deskundigheid

En verder...

- 8 EFFECT OPTA
- 10 IN DIALOOG
- 13 INTERNATIONAAL
- 16 FACTS & FIGURES
- 16 STRAATVRAAG
- 18 TECHNIEK
- 19 NIEUWSVARIA
- 20 HOE COMMUNICEERT...

Kredietcrisis en toezicht



De perikelen rond de financiële crisis hebben grote gevolgen voor toezichthouders en marktwerking in het algemeen. Was marktwerking voorheen nog een panacee voor alle kwalen, nu lijkt het bron van alle kwaad. Niet alleen de kredietcrisis, maar ook problemen in de zorg, ruziënde taxichauffeurs, en dreigende ontslagen onder buschauffeurs en postbestellers worden gebruikt om de stelling te onderschrijven: marktwerking is slecht voor de burger!

Wat mij opvalt aan deze berichten, dat is de eenzijdigheid ervan: de uitwassen van vers geliberaliseerde markten worden aangehaald, zonder de successen die geboekt zijn in markten zoals die van telecommunicatie aan te halen. Marktwerking in de telecom is goed voor de Nederlandse burger en het bedrijfsleven. Dat is geen sentiment, daar zijn bewijzen voor. Prijzen voor mobiel bellen zijn gehalveerd, breedband-internet is tot zes keer zo goedkoop geworden, nationaal bellen is bijna 40% goedkoper en internationaal bellen is zo'n 90% in prijs gedaald.

Daarnaast durf ik de stelling aan dat zonder liberalisering, wij nu twee luie monopolies (telefoon- en de kabelnetwerken) zouden hebben waar consumenten uit kunnen kiezen (weliswaar met torenhoge overstapdrempels), die tegen dezelfde hoge prijzen, verouderde diensten zouden aanbieden tegen minimale service. Monopolies met geen enkele prikkel tot investeren en innoveren. Juist doordat derden met deze voormalig monopolies zijn gaan concurreren, genieten wij nu van nieuwe diensten en netwerken zoals VoIP, digitale televisie en glasvezel.

Marktwerking is maatwerk. Daarvoor zijn slagvaardige toezichthouders nodig, die de voordelen van marktwerking bevorderen en de consument beschermen tegen de nadelen. Die afhankelijk van de situatie in de markt regulering kunnen opschroeven of terugdraaien. En voor het afdwingen van naleving van de regels verschillende stijlen hanteren. Waar kan horizontaal door zelfregulering en het sturen op compliance, met de stok achter de deur van verticaal ingrijpen: boetes en lasten onder dwangsom. En als dat niet gebeurt of niet kan, zoals bijvoorbeeld bij spambestrijding, door hard ingrijpen.

De roep om meer regels en strenger toezicht dankzij de kredietcrisis is duidelijk merkbaar. Meer regels lossen zelden vraagstukken op. De toets bij toezicht is mijns inziens niet of het streng genoeg is maar of het effectief genoeg is. En bij effectief toezicht past een variëteit aan stijlen: horizontaal én verticaal en dan kan de markt als het goed is zijn werk doen. Daar pleit ik voor.

Chris Fonteijn, voorzitter van het college

HOOFD- EN EINDREDACTIE Giovanna Montpellier **REDACTIE** Jeroen de Kam, Joos Francke, Wendy Beekelaar, Marilène Eijgenraam, Lourens la Roi en Judy Senior, **FOTOGRAFIE** Hans Oostrum **ONTWERP & ILLUSTRATIES** Christine van Dijk **GRAFISCHE PRODUCTIE** Rooduijn, communicatie en design **DRUKWERK** Rooduijn Drukkerij **REDACTIEADRES EN REACTIES** Postbus 90420, 2509 LK Den Haag, Telefoon: (070) 315 91 94, E-mail: Connecties@opta.nl **ABONNEMENTEN EN ADRESWIJZIGINGEN** Telefoon: (070) 315 91 94, Fax: (070) 315 35 01, E-mail: mail@opta.nl **Connecties** is het kwartaalblad van de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit. Reacties op de inhoud van dit blad zijn van harte welkom op Connecties@opta.nl. **Connecties** wordt met grote zorgvuldigheid samengesteld. Om de leesbaarheid te bevorderen zijn juridische zinsneden vaak vereenvoudigd weergegeven. Soms betreft het ook delen van of uittreksels uit wetteksten. In al deze gevallen is het verstandig de originele teksten te raadplegen. Aan de artikelen in **Connecties** kunnen geen rechten worden ontleend. **Missie OPTA** OPTA zorgt voor concurrentie en vertrouwen in de communicatiesector in het belang van de consument.

ConsuWijzer

De ogen en oren

ConsuWijzer heeft onlangs haar twee jarig bestaan gevierd. En in die twee jaar weten consumenten het gezamenlijk consumenteninformatieloket steeds beter te vinden. Consumenten kunnen hier terecht met vragen over onder andere contractduur, misleidende voorlichting en oneerlijke handelspraktijken. Maar wie zijn de mensen eigenlijk achter deze geoliede machine en hoe zorgen ze ervoor dat consumenten met een voldaan gevoel ophangen?

TEKST: WENDY BEEKELAAR EN GIOVANNA MONPELLIER

Zorgen voor meer concurrentie en vertrouwen in de post- en telecommunicatiemarkt en het verlagen van drempels voor nieuwe toetreders op deze markt zijn kernactiviteiten van OPTA. We monitoren markten en we verzamelen cijfers die ons een beeld geven van de verhoudingen in de markt. We zien verschuivingen en komen in actie als dat nodig is. Consumentenbescherming is daarom een belangrijke taak van OPTA, want uiteindelijk moeten we ervoor zorgen dat consumenten kunnen vertrouwen op veilige diensten en eerlijke prijzen betalen.

Gebundelde krachten

Samen met de Consumentenautoriteit en de Nederlandse Mededingingsautoriteit beheert OPTA ConsuWijzer. Het team bestaat uit een webredactie, een kennismanager, een frontoffice en een leidinggevende en heeft bij elke toezichthouder een backoffice voor de complexe vragen waar de frontoffice niet uit komt. Vóór de start van ConsuWijzer had OPTA een eigen frontoffice voor consumentenvragen. De kwaliteit van de dienstverlening is met de komst van ConsuWijzer aanzienlijk verbeterd volgens Daphne Braal, hoofd afdeling Consument, Nummers en Bestuur bij OPTA en lid van de Raad van Toezicht. Braal: "ConsuWijzer zorgt voor 'empowerment' van de consument, door professionele beantwoording van vragen en door voorbeeldbrieven op de website. Daarnaast zorgt ConsuWijzer er voor dat er één loket is voor de consument en dat is goed voor de burger."



Via ConsuWijzer kunnen de drie toezichthouders op een laagdrempelige en toegankelijke manier consumenten informeren over hun rechten en plichten. "Een consument moet zijn recht kunnen halen", aldus Pauline Bijlenga, hoofd ConsuWijzer.

ConsuWijzer is in de eerste instantie een digitaal loket. De consument kan hier informatie vinden over bijvoorbeeld telemarketing, sms-diensten of over wijziging van contractvoorwaarden. Veel geraadpleegde onderwerpen zijn garantie en non-conformiteit en sms-diensten. Per onderwerp geeft ConsuWijzer informatie over de toepasselijke wet- en regelgeving en over de stappen die een consument kan nemen om zijn recht te halen. Op de website staan tevens voorbeeldbrieven en verwijzingen naar organisaties die de consument verder kunnen helpen. ConsuWijzer heeft hierover afspraken gemaakt met onder andere het Juridisch

van OPTA



Loket, de Consumentenbond en de Geschillencommissie. Bijlenga: "Een consument benadert ConsuWijzer nooit voor niets. Óf ConsuWijzer geeft het antwoord, óf de consument is één stap verwijderd van degene die het antwoord kan geven."

Van vraag naar antwoord

Mocht de consument zijn antwoord niet op de website kunnen vinden, dan kan hij ook telefonisch contact opnemen. Alle contacten met particulieren worden in de eerste instantie afgehandeld door de frontoffice van ConsuWijzer. De frontoffice handelt ongeveer 80% van de telefoontjes af. De medewerkers beschikken over een kennisbank waaruit zij informatie kunnen halen over alle onderwerpen waar de drie deelnemers toezicht op houden. Met deze informatie kunnen zij de vraag van de consument beantwoorden. Meer diepgravende en ingewikkelde vragen, waarop het antwoord niet

De backoffice van OPTA

in de kennisbank is te vinden, zet de frontoffice door naar de backoffice van OPTA, de Consumentenautoriteit of de Nederlandse Mededingingsautoriteit.

Naast het voorlichten van consumenten zorgen de backoffice medewerkers ook voor de kennis en kunde van de medewerkers van de frontoffice. Zij zorgen ervoor dat de kennisbank altijd up to date is en leiden de frontoffice medewerkers op. Daarbij gaat het niet alleen om de kwaliteit van de dienstverlening, maar ook om een juiste registratie van gegevens. Want de signalen en klachten die bij ConsuWijzer binnen komen zijn een belangrijke bron van informatie voor de toezichthoudende taak van de toezichthouders.

Bij de backoffice van OPTA werken vijf medewerkers. Zij werken met één overkoepelend systeem waarin alle binnengekomen vragen, klachten en contactgegevens van de consument geregistreerd zijn. Dit maakt het mogelijk om een gesprek meteen over te nemen van de frontoffice. “Een gesprek is er altijd op gericht de consument te adviseren over de te bewandelen weg om zelf tot een oplossing te komen. Lukt dat niet, dan verwijzen we door naar instanties die hen hier wel verder kunnen helpen”, vertelt Angelique Boutier, medewerker backoffice bij OPTA. Kwaliteit staat hoog in het vaandel. En daar lijken haar collega’s ook eer in te leggen. “Wij geven geen standaard antwoorden. Een uitzonderlijke vraag krijgt ook een uitzonderlijk antwoord”, zegt Raoul Klein, juridisch adviseur bij OPTA.

ConsuWijzer heeft als primair doel de consument te helpen zijn weg te vinden in het consumentenrecht om zo sterker in zijn schoenen te staan en beter in staat zijn om zelf typische consumentenproblemen te voorkomen of op te lossen. ConsuWijzer kan een probleem tussen consument en bedrijf zelf niet oplossen. Daar moeten zij zelf uit komen. Eerst via de klantenservice van het bedrijf en als dat niet lukt bijvoorbeeld via een geschillencommissie. Klein: “Het is dus ook niet de bedoeling dat de klantenservice een consument met een klacht doorverwijst naar ConsuWijzer. Het bedrijf moet zelf die klacht in behandeling nemen.”

“ConsuWijzer voorziet daarmee in een steeds groeiende behoefte”

1 + 1 = 3

De drie backoffices werken nauw samen. Zo hebben de backoffices van OPTA en die van de Consumentenautoriteit een uitwisselingsprogramma voor medewerkers. Eén keer in de week gaat iemand van OPTA naar de Consumentenautoriteit en andersom. Het zijn juist deze twee toezichthouders omdat zij de meeste raakvlakken hebben. “Dit is belangrijk voor de kennisuitwisseling, betrokkenheid én om elkaar bij te kunnen staan op piekmomenten”, vertelt Diana Meinderts, coördinator backoffice bij OPTA. De backoffices werken ook samen aan vernieuwing van de kennisbank. Door samenwerking willen de backoffices de kwaliteit van de dienstverlening verder verbeteren.

Signaalfunctie

Er komen ongeveer 40 tot 50 vragen en klachten per dag binnen via e-mail, telefoon en brieven. Het onderwerp van vragen en klachten varieert van een te hoge telefoonrekening tot problemen bij het overstappen naar een andere internetaanbieder. “Momenteel komen er veel klachten binnen over de onverwacht hoge kosten van mobiel internetten”, vertelt Stella Gutierrez, medewerker backoffice bij OPTA. “Meestal kunnen we consumenten direct een antwoord op hun vraag geven. Als het om een specialistische vraag gaat, waar ook wij het antwoord niet op weten, dan maken we een terugbelafpraak”, zegt Ulker Akpinar, medewerker backoffice bij OPTA. Samen met een toezichtmedewerker wordt er naar een goed antwoord gezocht waarna de backoffice contact opneemt met de desbetreffende consument.

Daphne Braal, hoofd afdeling Consument, Nummers en Bestuur OPTA





Pauline Bijlenga, hoofd ConsuWijzer

ConsuWijzer zijn de 'ogen en oren' van de toezichthouders voor consumentenzaken. Vragen en klachten leiden geregeld tot een toezichtactie. Zo kwamen er klachten binnen over een eenzijdige wijziging van algemene voorwaarden. Volgens de Telecommunicatiewet moeten aanbieders van internet, telefonie en kabel een dergelijke nadelige wijziging tenminste vier weken van te voren melden aan de consument en consumenten daarbij de mogelijkheid bieden het contract op te zeggen. Dit gebeurde niet altijd. OPTA heeft vervolgens bedrijven aangeschreven en opgedragen aan deze wettelijke verplichting te voldoen. Dat heeft er toe geleid dat aanbieders nu in veel gevallen met OPTA overleggen over een voorgenomen wijziging van de contractvoorwaarden en zich aan de wet houden. Gutierrez: "Dat vind ik een mooi voorbeeld van de slagkracht van ConsuWijzer." De consument kan ook via speciale digitale formulieren klachten doorgeven. Informatie die via dit kanaal binnenkomt -over bijvoorbeeld informatienummers en telemarketing- komt direct terecht bij de backoffice en de betrokken toezichtmedewerkers. Klein: "Op deze manier krijgt OPTA een signaal waarop direct actie kan worden ondernomen als er sprake is van een mogelijke overtreding." Zo kan OPTA, als er een klacht binnenkomt over telemarketing, het betreffende bedrijf direct een voorlichtingsbrief over de toepasselijke regelgeving toesturen of overgaan tot handhavende maatregelen.

Er is dus een intensieve wisselwerking tussen de backoffice van ConsuWijzer en de toezichtmedewerkers. Op basis van kwartaalrapportages worden de toezichtmede-

“Een consument moet zijn recht kunnen halen”

werkers op de hoogte gehouden over wat de consument bezighoudt. Krijgt de backoffice tussentijds signalen binnen over een bepaald issue, dan schakelen zij meteen de toezichtmedewerkers in. OPTA is voortdurend op zoek naar wat relevant is, waar de wet mogelijk wordt overtreden, en waar daarom actief toezicht nodig is. Klachten zijn voeding voor het toezicht. "Het is ook inspirerend en belonend om actie te ondernemen op klachten", aldus Braal. "Toezichtmedewerkers zijn daardoor bezig met concrete problemen en kunnen door direct handelen schade aan consumentenbelangen ongedaan maken." Toezichtmedewerkers gebruiken ConsuWijzer als instrument voor handhaving. Door informatievoorziening op de website en door actie te ondernemen naar aanleiding van binnengekomen signalen.

ConsuWijzer voorziet in een behoefte, voor zowel consumenten als voor toezichthouders. Sinds de start van ConsuWijzer is het aantal bezoeken naar de website verachtvoudigd. Van 107.000 in 2006 naar 811.000 in 2008. In 2008 is 80.000 keer een voorbeeldbrief of infoblad gedownload. En alleen al in de maanden september en oktober van dit jaar zijn er ruim 4500 signalen binnengekomen bij ConsuWijzer op het toezichtgebied van OPTA. "ConsuWijzer voorziet daarmee een steeds groeiende behoefte", aldus Daphne Braal. ○

Spam, telemarketing en contractduur

Nieuwe regels

De Eerste Kamer heeft ingestemd met wijziging van de Telecommunicatiewet. Zo geldt voor consumenten straks één maand opzegtermijn, waardoor overstappen naar een andere telecomaandbieder eenvoudiger wordt. Er komt een algeheel spamverbod en er komt een wettelijk bel-me-niet-register. Zowel consumenten als bedrijven profiteren van deze nieuwe maatregelen. Maar wat verandert er exact? Wat betekenen deze wijzigingen voor bedrijven? En wat betekent dit voor het toezicht door OPTA?

TEKST: GIOVANNA MONPELLIER

Door deze nieuwe maatregelen krijgt niet alleen OPTA nieuwe toezichtstaken erbij, maar organisaties zullen ook een aantal procedures moeten veranderen.

Ongewenste telefoontjes zijn passé

Sommige consumenten ervaren het als vervelend wanneer ze ongevraagd 'tijdens etenstijd' gebeld worden door bedrijven die hun producten of diensten willen verkopen. De zogeheten telemarketingtelefoontjes. "We hebben goed nieuws voor deze consumenten", vertelt Mei Po Man, senior medewerker bij OPTA. "Vanaf 1 juli 2009 kunnen deze consumenten zich laten opnemen in het bel-me-niet-register. Dit register is te vergelijken met een 'ja-nee' of 'nee-nee' sticker op je brievenbus. Ben je eenmaal opgenomen in dit register, dan mag je niet meer gebeld worden door telemarketeers." Dit register moet een einde maken aan de grote ergernis van dergelijke telefoontjes. Mei Po Man: "Wat ook nieuw is aan deze maatregel, is dat telemarketeers verplicht worden om tijdens het gesprek een opname in het register aan te bieden."

Voor het bedrijfsproces heeft deze maatregel grote impact. Wanneer bedrijven consumenten willen bellen voor het verkopen van producten of diensten, moeten ze nu eerst het register raadplegen. Telefoonscripts moeten gewijzigd worden in verband met eventuele opname in het register. En kiest de consument voor opname in het register, dan moet het bedrijf dit verzoek binnen tien werkdagen doorgeven aan de beheerder van het bel-me-niet-register. Deze extra handelingen zorgen ervoor dat het instrument telemarketing effectiever gebruikt kan worden. Hierdoor worden er namelijk alleen nog mensen gebeld die geen bezwaar hebben tegen dergelijke telefoontjes.

Het is de taak van OPTA om in de gaten te houden of bedrijven telefoonnummers van consumenten die zich hebben laten opnemen in het bel-me-niet-register verwijderen uit hun

eigen belbestanden. Op deze manier worden consumenten niet meer ongewenst gebeld. Worden consumenten toch gebeld, ondanks opname in het register, dan kunnen zij hun klacht indienen via ConsuWijzer. Wijzen deze klachten op een daadwerkelijke overtreding – bijvoorbeeld het niet aanbieden van het recht van verzet, het niet opnemen in het bel-me-niet-register of het niet raadplegen van het bel-me-niet-register –, dan kan OPTA handhavend optreden, bijvoorbeeld door het opleggen van een last onder dwangsom of een boete van maximaal € 450.000.

Contractduur en opzegtermijn

De wetswijziging zorgt er ook voor dat consumenten straks niet meer pardoes en ongewenst wéér een jaar (of langer) vastzitten aan een abonnement voor vaste of mobiele telefonie, kabeltelevisie, digitale televisie of internet. Nu is het vaak zo dat dergelijke abonnementen na de eerste contractperiode stilzwijgend worden verlengd waardoor de consument, die vaak geen idee heeft van de einddatum van zijn contract, weer voor langere periode aan het abonnement vastzit. Stilzwijgende verlenging blijft mogelijk maar voortaan zijn abonnementen na de eerste contractperiode per maand opzegbaar. Voor abonnementen met een onbepaalde contractduur geldt zelfs dat de overeenkomst vanaf het begin per maand opgezegd kan worden. Het ministerie van Economische Zaken is van mening dat deze wijziging nodig is om consumenten gemakkelijker te kunnen laten overstappen naar andere aanbieders. Dit bevordert de concurrentie en innovatie in de telecomsector.


Ook deze maatregel zal effect hebben op onder andere het administratiesysteem van bedrijven. Bovendien zullen telecomaandbieders de algemene voorwaarden moeten aanpassen. Om organisaties zo goed mogelijk voor te bereiden op deze nieuwe maatregel zal OPTA ruim voor inwerkingtreding aanbieders informeren over de implementatie hiervan.

Nooit meer spam ontvangen?

Rechtspersonen mogen straks geen spam meer ontvangen. Het spamverbod bestond al, maar ging specifiek over spam aan consumenten en eenmansbedrijven. Medio volgend jaar kunnen bedrijven die rechtspersoon zijn een klacht indienen als zij ongevraagde e-mailreclame ontvangen. Het verbod geldt ook voor ongevraagde fax- en sms-berichten. Bij de invoering van het spamverbod voor consumenten en eenmansbedrijven vreesde het bedrijfsleven dat de wetgeving ook legitieme commerciële en charitatieve of ideële berichten onmogelijk zou maken. Daarom werd in de eerste instantie een uitzondering gemaakt voor de meeste bedrijven. Vier jaar later is er een duidelijke stijging te zien in het aantal ongevraagde berichten binnen het bedrijfsleven. Dit zorgt voor irritatie. De overheid wil nu de last verminderen voor bedrijven die ongevraagde berichten ontvangen. Deze last bestaat uit de tijd die medewerkers van bedrijven kwijt zijn aan het lezen, beoordelen en verwijderen van deze berichten en uit de hoge kosten die gemoeid zijn met het voorkomen van deze berichten.

“Dit bevordert de concurrentie en innovatie in de telecomsector”

Via www.spamklacht.nl kunnen bedrijven die rechtspersoon zijn vanaf 1 juli 2009 hun klachten indienen. Evenals bij meldingen die binnenkomen via kanalen als ConsuWijzer zullen meldingen die binnenkomen via www.spamklacht.nl gecheckt worden of er echt sprake is van een overtreding. OPTA heeft een speciaal internetveiligheidsteam hiervoor dat bestaat uit een aantal digitale rechercheurs, onderzoekers en juristen.

Deze maatregel heeft een behoorlijke impact op bedrijven die voor het uitvoeren van hun commerciële activiteiten afhankelijk zijn van het versturen van hun commerciële boodschap aan andere bedrijven die hiervoor geen expliciete toestemming hebben gegeven. OPTA wil ervoor zorgen dat verzenders van ongevraagde commerciële boodschappen straks de wet niet overtreden. Door de markt te wijzen op de komende uitbreiding van het verbod naar bedrijven wil OPTA voorkomen dat zij straks handhavend zal moeten optreden. 



In de rubriek In Dialoog laat Connecties steeds twee mensen reageren op een prikkelende stelling over OPTA's toezicht of over ontwikkelingen in de markt. Ook een stelling inbrengen of reageren? Mail naar Connecties@opta.nl

TEKST: JOOS FRANCKE

Stelling: **SMS-en in het**



Van Kessel: Het gemiddelde tarief voor sms-en in het buitenland bedraagt 46 cent. Een sms in Nederland kost 12 cent. Dat verschil is niet te verklaren door de kosten. Dus heeft de Europese Commissie geconstateerd dat op deze markt iets mis is. Er is namelijk nauwelijks concurrentiedruk op deze tarieven. De Europese Commissie heeft daarom een maximumtarief van 11 cent voor een sms in het buitenland voorgesteld.

Van der Gaag: Onze klanten klagen niet over de tarieven voor sms-en in het buitenland. Die vinden vooral de binnenlandse beltarieven belangrijk. Daarop concurreren wij met KPN en Vodafone. T-Mobile heeft overigens haar sms-tarieven op 30 juni en 30 augustus verlaagd van 50 cent naar 36 cent.

Van Kessel: Die tarieven zijn pas omlaag gegaan toen Viviane Reding (Eurocommissaris voor Telecom) heeft gedreigd met regulering. Daarvoor gebeurde er niet zoveel. Die verlaging lijkt vooral bedoeld om de politiek gunstig te stemmen en is niet het gevolg van concurrentie. Daarbij is het zo dat de tarieven komen van een waanzinnig hoog niveau en na deze verlaging nog steeds te hoog zijn.

Van der Gaag: Voordat de buitenlandtarieven in het nieuws waren, bereidde T-Mobile een verlaging al voor. Wij hebben ze verlaagd omdat onze klanten dat nu wilden en de concurrentie ons ertoe dwingt. Daaruit blijkt al dat er geen regulering nodig is om de tarieven omlaag te krijgen. Je moet de markt z'n werk laten doen.

Van Kessel: Het is een paardenmiddel om de sms-tarieven te reguleren. Maar de Europese Commissie kiest hier mijns inziens terecht voor. Klanten zitten vast aan hun contract en hebben geen andere keuze dan het betalen van de hoge sms-tarieven. Regulering beschermt consumenten hiertegen. Bovendien gaan mensen met lagere tarieven waarschijnlijk meer sms-en en dat is goed voor de markt.

Van der Gaag: De maximumtarieven voor het bellen in het buitenland hebben nauwelijks tot meer belminuten geleid. Dus zal ook niet zo zijn bij het sms-en. En mensen hebben de keuze om niet te sms-en als ze het te duur vinden. Sms-en in het buitenland is een luxe product, waar veel klanten bereid zijn om voor te betalen. Voor een ijsje dat ik koop op een toeristisch plein in Florence betaal ik ook meer dan voor een ijsje in de snackbar bij mij op de hoek. Je hoeft de consument niet onnodig te beschermen.

Roel van Kessel

Projectleider International Roaming, OPTA

buitenland is te duur

Van Kessel: Zelfs met de maximumtarieven maken bedrijven nog voldoende marges.

Van der Gaag: Die marges geven aanbieders weer terug aan de eindgebruikers door lage nationale tarieven, acties voor mobiel internet en subsidies op nieuwe telefoons. Dat is wat klanten belangrijk vinden. We moeten ergens ons geld verdienen en onze marges zijn niet hoog, zeker niet als je kijkt naar het overall rendement op investeringen dat gerealiseerd wordt. Met de regulering gaat iedereen dezelfde maximumtarieven hanteren en is er nog steeds geen keuze voor de consument.

Van Kessel: De maximumtarieven zijn zo ingesteld dat aanbieders zich kunnen onderscheiden met prijzen onder de maximumtarieven of door nieuwe tariefvormen, zoals flat fees of sms-bundels voor gebruik in het buitenland

Van der Gaag: Als overal de marges uit worden geknepen en er steeds meer diensten gereguleerd worden, hebben wij geen ruimte voor innovatie en is het niet mogelijk om met deze onzekerheid op de markt nog onder de maximum tarieven te gaan zitten. De Europese Commissie wil nu teveel reguleren. Als je al reguleert, begin dan met regulering van alleen de wholesaletarieven en kijkt eerst hoe dat werkt in de markt. Onze lobby in Brussel is daar nu op gericht. Ik hoop dat men nog open staat voor onze argumenten.

Van Kessel: Doordat er nauwelijks concurrentiedruk is op de tarieven voor sms-en in het buitenland is er is veel politieke bereidheid om de consumenten te beschermen tegen te hoge tarieven. Na de maximumtarieven voor bellen in het buitenland is het logisch de tarieven voor het sms-en volgen.

Van der Gaag: Als we zo gaan beginnen dan kan de Europese Commissie ook de parkeertarieven in Brussel of de tickets van skiliften gaan verlagen. Ik zie het als een publiciteitsoffensief van Europese Commissie. Die wil iets tastbaars doen voor haar burgers. Laat de bedrijven met elkaar concurreren en zelf hun tarieven bepalen.

Van Kessel: De tarieven die de Europese Commissie voorstelt zijn redelijk en geeft bedrijven nog voldoende ruimte om te concurreren.

Van der Gaag: Nee, die regulering gooit de markt op slot en houdt innovatie tegen. ○

Brenda van der Gaag

Legal & Regulatory Counsel, T-Mobile



Oneerlijke handelspraktijken

Op 15 oktober 2008 is de Wet oneerlijke handelspraktijken (Wet ohp) in werking getreden.

Deze wet beschrijft gedetailleerd welke verkoopmethoden misleidend en agressief zijn en daarom verboden.

De nieuwe regels moeten er voornamelijk voor zorgen dat consumenten beter beschermd worden tegen misleiding bij de aankoop van producten of diensten. Maar wat verstaan we eigenlijk onder oneerlijke handelspraktijken en wanneer is er sprake van?

TEKST: JEROEN DE KAM

Stel: een bedrijf adverteert online met "laatste" kaartjes voor Marco Borsato voor 80 euro en verkoopt deze vervolgens. Later blijkt dat volop kaarten beschikbaar waren voor 60 euro bij "officiële" verkooppunten. Dit is onjuiste informatie over één van de belangrijkste kenmerken van het product: beschikbaarheid. Een consument neemt daardoor een besluit dat hij anders niet zou nemen, dus is er sprake van een misleidende handeling. Dit is slechts één van de spraakmakende voorbeelden uit de brochure "De Wet oneerlijke handelspraktijken toegelicht" van de Consumentenautoriteit.

Europa

De Europese richtlijn die ten grondslag ligt aan de Wet ohp, zorgt ervoor dat dezelfde regels gelden voor alle EU-lidstaten. Met name voor internationaal georiënteerde ondernemers betekent het een vereenvoudiging op het gebied van regels voor handelspraktijken. Voorheen konden ondernemers per land te maken krijgen met compleet verschillende regels, dat is nu niet meer het geval.

Wat zijn oneerlijke handelspraktijken?

De relatie tussen consumenten en ondernemers staat centraal. Voor deze ondernemers is het verboden om oneerlijke handelspraktijken toe te passen bij de promotie, verkoop en levering van producten en diensten aan consumenten. In de nieuwe regelgeving worden bij deze praktijken grofweg twee categorieën onderscheiden: misleidende en agressieve handelspraktijken. Tevens kan verkoopgedrag ook nog in strijd zijn met 'goed ondernemersgedrag'.

Belang van nieuwe wet en toezicht

De nieuwe wetgeving beoogt duidelijk de belangen van consumenten beter te beschermen. Maar, zo stelt de Consumentenautoriteit op haar website, ook worden betrouwbare ondernemers beter beschermd tegen oneerlijke concurrentie van onbetrouwbare aanbieders. De Consumentenautoriteit en OPTA zijn niet de enige waakhonden op het gebied van oneerlijke handelspraktijken. De Autoriteit Financiële Markten zal namelijk specifiek voor de financiële sector toezien op naleving van de nieuwe regels. De toezichthouders kunnen voor overtredingen bestuurlijke boetes opleggen van maximaal € 450.000.

Misbruik informatienummers

Met de komst van de Wet ohp is OPTA namelijk bevoegd op te treden tegen vormen van kennelijk misbruik van de tarifiering bij 0900 en 18xy nummers. Worden de kosten van het gesprek niet doorgegeven of wordt bijvoorbeeld de verbinding verbroken als de consument in de wacht staat, dan kan dit duiden op misbruik. OPTA zet diverse middelen in om dergelijk misbruik tegen te gaan. Denk bijvoorbeeld aan controles naar melding van maximumtarieven. Ook gaat OPTA controleren of bellers niet meer dan het maximum tarief in rekening krijgen gebracht van hun telefoonaanbieder (zie ook onder nieuws varia in deze Connecties). Tenslotte kan OPTA bij een vermoeden van misbruik van 0900 nummers en 18xy er ook voor zorgen dat het nummer niet meer gebeld kan worden of de betaling aan zo'n nummer laten opschorten en OPTA kan boetes opleggen. ●



Hoge kosten in het buitenland verleden tijd?

Sinds september 2007 krijg je bij iedere grensovergang een smsje dat het beltarief in het land van bestemming meldt. De maximumtarieven die de Europese Commissie bepaalt zijn per 30 augustus 2008 verder omlaag gegaan. De Europese Commissie heeft op 23 september 2008 een voorstel gedaan om naast de beltarieven ook de sms- en data-tarieven in het buitenland te reguleren en de regulering van de beltarieven aan te scherpen.

TEKST: JOOS FRANCKE

De Europese Commissie stelt voor om wholesaletarieven die telecombedrijven elkaar in rekening brengen voor het sms-en alsmede de retailtarieven die consumenten betalen te maximeren. Dit is vergelijkbaar met de regulering van de beltarieven in het buitenland. De gemiddelde sms-tarieven bedroegen medio 2007 nog gemiddeld 29 cent per sms. De Europese Commissie wil dat consumenten vanaf medio 2009 maximaal 11 cent per SMS betalen in het buitenland.

Concurrentie

Voor het dataverkeer is de Europese Commissie van plan om alleen de wholesaletarieven te maximeren en wel op 1 euro per Mb. Aanbieders zijn vrij om de consumententarieven vast te stellen. Concurrentie tussen aanbieders moet er toe leiden dat de tarieven, die medio 2007 nog 5,81 euro per Mb bedroegen, gaan dalen. Zo worden consumenten beschermd tegen hoge kosten voor dataverbruik in het buitenland.

Voor de beltarieven wil de Europese Commissie een verlenging van de regulering tot juni 2013 inclusief een verdere daling van de wholesale- en retailtarieven. Het beltarief daalt dan van 46 naar 34 cent per minuut en het tarief om gebeld van 22 cent naar 10 cent per minuut. Bellers ervaren direct het effect van deze regulering, omdat hun telefoonrekening van de vakantie een stuk lager uit valt. De mobiele aanbieders richten zich nu tot het Europees parlement om de plannen te beïnvloeden.

Regulering roaming-tarieven

T-Mobile vindt de regulering van de wholesale en retail roaming-tarieven niet nodig nu er voldoende concurrentie is op deze markten. Brenda van der Gaag van T-Mobile: "En mocht hier twijfel over bestaan, dan zou enkel wholesale-

regulering voldoende moeten zijn. Regulering gooit de markt op slot en houdt innovatie tegen." (zie ook In Dialoog in deze Connecties).

KPN is ook voorstander van alleen wholesale tariefregulering. Paul Knol, bedrijfsjurist bij KPN: "Nu betalen aanbieders onderling relatief hoge tarieven. Als de wholesale tarieven worden verlaagd tot bijvoorbeeld 0,13 euro voor spraak, 0,04 per sms en 0,25 per Mb voor data zullen concurrerende eindgebruikerstarieven ontstaan. De voorstellen van de

Commissie leiden tot onnodig gedetailleerde bemoeienis met de hoogte en structuur daarvan. Dat geldt ook voor de informatieplichten. Het is belangrijk dat de aanbieders klanten adequaat over tarieven informeren om onverwacht hoge rekeningen te voorkomen. De verordening moet de invulling echter meer aan marktpartijen overlaten. Gedetailleerde voorschriften voor de tariefmeldingen leiden tot onnodig complexe aanpassingen in de systemen van aanbieders."

Praktische uitwerking is belangrijk

OPTA is verantwoordelijk voor de naleving van de regulering. Roel van Kessel, projectleider International Roaming bij OPTA: "De praktische uitwerking is belangrijk. Eerst was niet vastgelegd dat de gespreksduur in seconden afgerekend diende te worden. De Europese Commissie repareert dit nu. En de European Regulators Group onderzoekt of de maatregelen van Europese Commissie haalbaar zijn voor de mobiele partijen."

Het Europees parlement behandelt het voorstel voor de buitenlandstarieven in december 2008.

Alle genoemde bedragen zijn exclusief BTW



A middle-aged man with grey hair, wearing a tan sweater and blue jeans, is sitting on a modern, white, perforated metal staircase. He is smiling and looking towards the camera. The background shows a glass railing and a view of an outdoor area with trees and a paved path.

*Samenwerkingsprotocol
OPTA en Commissariaat voor de Media*

Uitwisselen van deskundigheid

In de vorige Connecties kondigden we al aan dat we deze keer uitgebreider zouden ingaan op het samenwerkingsprotocol tussen het Commissariaat voor de Media en OPTA. Aan dit samenwerkingsprotocol is dit jaar hard gewerkt. Het is nu klaar. OPTA en het Commissariaat voor de Media zullen het samenwerkingsprotocol in december ondertekenen.

TEKST: WENDY BEEKELAAR

Het Commissariaat voor de Media houdt conform de Mediawet en het Mediabesluit toezicht op publieke en commerciële omroepinstellingen. Daarbij gaat het bijvoorbeeld om vergunningverlening en programmatoezicht op de naleving van de reclame- en sponsorregels, de program-mavoorschriften, de formatverplichtingen en de programma-quota-eisen door de omroepinstellingen. OPTA houdt op grond van de Telecommunicatiewet toezicht op de toegang tot elektronische communicatiediensten en –netwerken voor zowel eindgebruikers als aanbieders van programma's. Het werk van het Commissariaat voor de Media en OPTA heeft dus raakvlakken. Om een goede samenwerking te waarborgen zijn OPTA en het Commissariaat daarom in de loop van dit jaar begonnen met het opstellen van het samenwerkings-protocol. Dit protocol bestendigd de reeds bestaande samen-werking tussen de partijen en beschrijft de overige onderlinge afspraken.

Raakvlakken

In de Telecommunicatiewet staat dat OPTA en het Commissariaat voor de Media in het belang van een effectieve en een efficiënte besluitvorming afspraken maken over de wijze van behandeling van aangelegenheden van wederzijds belang. In 2001 heeft het Commissariaat beleids-regels opgesteld waarin staat dat het Commissariaat OPTA informeert over de ontvangst van een handnavingsverzoek en wanneer men zich moet wenden tot het Commissariaat en wanneer tot OPTA. Daarnaast staat in deze beleids-regels dat wanneer er financieel-economische aspecten bij de zaak betrokken zijn, het Commissariaat OPTA om advies vraagt. In het verleden bestonden er ook afspraken tussen het Commissariaat en OPTA over bevoegdheidsver-delung bij geschilbeslechting over programmapakketten. Aangezien een deel van de werkzaamheden van OPTA raakt aan de werkzaamheden van het Commissariaat, bestond bij beide partijen de behoefte aan het opstellen van een nieuw samenwerkingsprotocol, waarin de reeds bestaande samenwerking vastligt. "Een samenwerkingsprotocol schept duidelijkheid voor alle partijen. Niet alleen voor OPTA en het Commissariaat, maar ook voor de buitenwereld", zegt Dennis Verduijn, senior juridisch toezichtmedewerker bij OPTA. Dirk Oudenaarden, hoofd Zendtijd- en Kabelzaken bij het Commissariaat voor de Media, voegt daar aan toe: "Hoewel het Commissariaat de samenwerking met OPTA ook nu als prettig en doeltreffend ervaart biedt de vastlegging van afspraken voor de gehele organisatie houvast dat te allen tijde een beroep kan worden gedaan op de expertise van OPTA en dat het Commissariaat steeds op de hoogte is van de standpunten van OPTA".

Convergentie

Ook de marktontwikkelingen maken het logisch dat het Commissariaat en OPTA regelmatig met elkaar overleg-gen. Zo is OPTA voornamelijk belast met het economisch toezicht op de elektronische communicatiemarkt, waar het Commissariaat voornamelijk op mediagebied toezicht houdt. Dit toezicht kent veelal andere invalshoeken dan een econo-mische. Door convergentie van netwerken en diensten kan het voorkomen dat sociale doelstellingen en economische doelstellingen in onderling overleg moeten worden afge-wogen. "Het protocol biedt een goede basis om in dit soort gevallen elkaar te vinden", aldus Robin van Zoest, senior medewerker Bestuursondersteuning bij OPTA. Oudenaarden bevestigt dit. "Omroepen experimenteren steeds meer met nieuwe technieken om het publiek te bereiken. De voor-bereidingen voor nieuws en programma's verspreid via de mobiele telefoon bijvoorbeeld zijn in volle gang. Het is van groot belang dat de toezichthouders nauwer met elkaar gaan samenwerken om een effectief toezicht te ontwikkelen. Nieuwe technieken creëren nieuwe mediavormen. Beide organisaties moeten daarop reageren, maar ook in de gaten houden dat regulering op elkaar aansluit en de innovatie van de sector niet in de weg staat".

Toekomst

Het samenwerkingsprotocol bevat afspraken over het uitwis-selen van kennis en informatie, over het gebruik maken van elkaars expertise en over nauwe onderlinge afstemming bij besluitvorming. Zo maken OPTA en het Commissariaat afspraken over het doorverwijzen van partijen. "In het verleden is het wel eens voorgekomen dat partijen van het kastje naar de muur werden gestuurd. Dat willen we niet", aldus Verduijn. OPTA en het Commissariaat spreken ook af elkaar vanuit hun eigen deskundigheid met raad en daad bij te staan, bijvoorbeeld bij de advisering van de minister. Ook stellen OPTA en het Commissariaat elkaar over en weer in de gelegenheid hun zienswijze uit te brengen als bij de besluitvorming van de één de expertise van de ander nodig is. Verduijn: "Zo kan OPTA haar expertise inbrengen op het gebied van concurrentie-verhoudingen en haar kennis over de financieel-economisch aspecten van tarieven, terwijl het Commissariaat deskundig is op het (mediawettelijke) gebied van de omroepprogramma's en programma-aanbieders". Momenteel ligt het wetsvoorstel voor vernieuwing van de Mediawet in verband met de multimediale taak van de publieke omroep voor behandeling bij de Eerste Kamer. OPTA en het Commissariaat hebben besloten het samenwer-kingsprotocol hier niet op te laten wachten. ●

KLACHTEN TOP 5 CONSUWIJZER		
2006	2007	2008
1 ADSL overstappen	ADSL overstappen	Telemarketing
2 Spam	vastere telefonie	Spam
3 vastere telefonie	contracten	SMS-diensten
4 Autodialers	kabel	Slamming: ongewenst van aanbieder veranderen
5 Nummerportabiliteit	Spam	Nummerportabiliteit

Een duidelijk

Consumenten weten ConsuWijzer steeds beter te vinden; voor klachten, maar vooral ook vragen over onderwerpen zoals nummerportabiliteit, spam en telefonische verkoop. Dat is goed, want op deze manier ziet OPTA meteen wat er speelt in de consumentenmarkt en kan hierop worden ingespeeld.

TEKST: GIOVANNA MONPELLIER

STRAATVRAAG

TEKST: MARILÈNE EIJENRAAM EN JUDY SENIOR

Internetveiligheid

Wat doet u zelf aan internetveiligheid?

Als u een nieuwe internet-aanbieder kiest, hoe belangrijk is internetveiligheid dan voor u?

Wat doet u zelf om uw computer of modem te beschermen tegen virussen, spyware en spam?

Heeft u veel last van spam en heeft u er wel eens op gereageerd, of iets gekocht?



Arie Oosterbaan (37)
medewerker verkeersleiding HTM

Ik wil gewoon een verbinding, klaar. Ik zit op wat sites, MSN-en is ook leuk. Internetveiligheid ben ik niet echt mee bezig.

Ik heb een programma, AVR geloof ik, dat is gratis. En als er echt iets is, bel ik een vriend om het te regelen. Ik heb een kabelmodem, dat werkt perfect. Draadloos moet je wel afsluiten ja.

Mijn mail heeft een spamfilter. Als ik wat krijg, is het via Hotmail: penisvergrotingen enzo, altijd sex. Ik scan of het onveilig is, staat er .exe? Dat open ik niet maar ben wel nieuwsgierig.



Menno Schut (40)
medewerker verkeersleiding HTM

Downloadsnelheid en prijs. En of er gratis telefonie bij zit. Nee, ik kijk niet naar internetveiligheid. Ik zou nu Alice kiezen maar blijf nog bij mijn huidige aanbieder.

Een goeie virusscanner met regelmatige updates. En daarnaast eh. Windows Defender, dat blokkeert slechte websites en daarnaast draait de firewall ook mee, die zit in Windows zelf.

Ik reageer nooit op spam en mijn provider, Tele2 heeft een goeie filter. Ik heb een speciaal emailadres bij Lycos dat ik voor websites en wachtwoorden enzo gebruik.

signaal van ConsuWijzer

Als we naar de voorgaande jaren kijken, zien we een flinke verschuiving in de top 5 van klachten die via ConsuWijzer binnenkomen. Klachten bij het overstappen tussen ADSL aanbieders is twee jaar lang de onbetwiste nummer één geweest. Telemarketing is de nieuwe nummer één. Vrij onverwacht gezien telemarketing in de voorgaande jaren niet in de top 5 voorkwam. Naar verwachting kunnen consumenten per 1 juli 2009 via het bel-me-niet-register aangeven dat ze niet meer gebeld willen worden door telemarketing bedrijven. Dat zal wellicht resulteren in een vermindering van het aantal klachten.

Nieuw in de top 5

Slamming en klachten over ongevraagde sms-diensten zijn ook nieuw in de lijst. Slamming heeft met name betrekking op telefonie. Het komt nog steeds vaak voor dat consumenten worden benaderd door telefonieaanbieders die hun diensten op agressieve wijze aanbieden. Raoul Klein, juridisch adviseur bij OPTA: "Een voorbeeld van slamming is dat de consument toezegt informatie te willen ontvangen over een abonnement bij een telefonieaanbieder en enige

“Slaming en klachten over ongevraagde sms-diensten zijn ook nieuwe in de lijst”

tijd later –zonder toestemming van de consument- blijkt te zijn overgestapt naar een nieuwe telefonieaanbieder.” Klachten over sms-diensten bestaan voornamelijk uit klachten waarin consumenten aangeven nooit een overeenkomst te zijn aangegaan voor de levering van een sms-dienst en toch een dergelijke dienst (tegen betaling) geleverd krijgen. Ook dit soort klachten komen nog regelmatig voor.

Kijkend naar de top vijf van de afgelopen drie jaar zien we dat er klachten zijn verdwenen uit de top 5 of lager genoteerd staan. We kunnen concluderen dat de signaalfunctie van ConsuWijzer van groot belang is voor effectief toezicht. ◦



Gloria (somewhere between 20 and 40)
assistant at the Spanish Embassy

Security? Is very important, that velocity and the connection is there all the time. Ah, security for spam? Is very important too.

I am using Kaspersky, it's for antivirus, firewall, spyware and spam. And in Outlook I have antispam. Los piratos informaticos can get anything from your pc. It's very important to protect against.

No, because I have different accounts. One is for all internetsites, that is for spam. My other one, in my Outlook, only five people have. So I get only a little spam.



Michiel Tromp (49)
gemeenteambtenaar

Dat is heel belangrijk, ja. Ik moet echt de zekerheid hebben om zonder spam te kunnen internetten. Het is wel een aspect waar ik op zou kiezen.

Ik gebruik wat mijn provider aanbiedt en heb nog een aparte virusscanner. Ik probeer mijn kinderen bij te brengen wat wel en niet kan maar echt toezicht houden daarop gaat niet natuurlijk!

Ik krijg..., nou als ik het hoor van anderen... valt het bij mij wel mee. Ik heb nog nooit iets gekocht van een spammail, nee.



Rik Huveneers (31)
accountmanager business-to-business

Niet onwijs. Ik heb niks te verbergen en geen rare dingen op mijn pc. Zakelijk is het wel heel belangrijk, vanwege de klantgegevens. Hier is het goed beveiligd.

Thuis heb ik Linux, expres om die reden. Ik heb dus geen last van al die trojans en virussen die voor Windows zijn geschreven. Dat was de tip van een vriend van me.

Sinds ik Outlook stopte, niet. Of nee... Ik krijg zo'n 680 spam berichten per maand! Maar omdat Gmail ze afvangt, zie ik ze nooit. De instellingen staan zo hoog dat er soms teveel verdwijnt. ◦

Snellere diensten en meer mogelijkheden

Heeft u al 'een doos met knipperende lampjes' in de muur om digitaal tv te kijken? Of op zijn minst een abonnement voor een combinatie van internet, telefonie en tv? De trend in elektronische communicatie is het aanbieden van meerdere diensten over één type netwerk.

TEKST: MARILÈNE EIJGENRAAM

In Nederland liggen van oorsprong twee aansluitnetwerken in de grond. Voor telefonie heeft de PTT een kopernetwerk aangelegd. Daarnaast ligt vrijwel overal coax-kabel om kabel-tv te ontvangen. Technieken zijn inmiddels zó vernieuwd, dat het mogelijk is verschillende diensten aan te bieden over deze netwerken. 'Dual play' en 'triple play' worden de pakketten genoemd waarmee je televisie, internet en telefonie in combinaties kunt kopen. Zowel de 'kabelaars' als KPN bieden ze aan, over hun eigen netwerken. Zijn we daarmee klaar voor de toekomst? "Nee", zegt Mariken Konert, technisch adviseur bij OPTA. "Mensen willen snellere verbindingen en nieuwe diensten zoals Video on demand, het liefst in HD-kwaliteit. Daar hebben we Next Generation Networks voor nodig, NGN."

Nieuwe en snelle diensten

De kern van NGN is het aanbieden van vele diensten over dezelfde lijn. "Maar dan snel, momenteel tot 100Mbit maar op langere termijn nog sneller." Om dat mogelijk te maken zijn twee zaken belangrijk: de infrastructuur en de technologie die daarop werkt. Glasvezel heeft nu de grootste potentie bij de aanleg van nieuwe lijnen maar ook coax-netten zijn geschikt voor NGN. Voor de technologieën die NGN op coax en glas mogelijk maken, internet protocol (IP) en ethernet, zijn bovendien kastjes nodig: bij de eindgebruiker thuis en bij de aanbieder in het netwerk.

Waarom leggen we nog niet overal glas? Zelfs niet in nieuwbouwwijken? Konert: "Mensen kunnen dan niet meer 'gewoon' bellen of tv kijken door een stekker in de muur te prikken. Ze hebben eerst dat extra kastje nodig. Behalve dat, zullen de marktpartijen flink moeten investeren in netwerkkapparatuur om grootschalig nieuwe diensten te kunnen leveren."

Gelukkig zijn de eerste experimenten een feit. Coax-netten van de kabelaars worden geschikt gemaakt voor NGN-diensten. Zo rond de 100.000 gezinnen kunnen al genieten van glas tot in huis! Konert nuanceert: "Uiteindelijk zal het niemand uitmaken of hij glas of kabel in de kamer heeft. Als hij maar nieuwe en vooral snelle diensten kan afnemen."

Wanneer heel Nederland NGN zal hebben, is onbekend. Dat we daar naartoe gaan, is wel duidelijk. Voor de overheid nu de uitdaging te zorgen voor voldoende concurrentie op de markt om keuzevrijheid voor consumenten te garanderen. ●

Blijf op de hoogte

Meer informatie over de onderwerpen in deze rubriek is te vinden op OPTA's website: www.opta.nl. Om dagelijks, wekelijks of maandelijks op de hoogte te blijven van actuele nieuwsfeiten kunt u zich via de website abonneren op de digitale nieuwsbrief Conn@cties.

ConsuWijzer campagne

Op 15 september ging de nieuwe landelijke reclamecampagne voor ConsuWijzer van start. Een maand lang heeft heel Nederland kunnen genieten van het brutale, blonde jongetje die zijn speelgoedauto wilde ruilen omdat hij te snel kapot is gegaan, maar hier geen bonnetje meer van had. Via deze campagne willen de drie toezichthouders -Consumentenautoriteit, NMa en OPTA- de consument bewust maken van hun rechten bij de aankoop van producten of diensten. De eerste metingen zijn optimistisch. De bekendheid met ConsuWijzer is ruim 16% gestegen ten opzichte van voor de campagne. Consumenten hebben ook een beter idee wat ConsuWijzer voor hen kan betekenen. In januari volgt nog een herhaling van de campagne. ◦



Controles maximumtariefverplichting

Sinds 1 oktober 2008 zijn nummergebruikers en aanbieders verplicht het maximumtarief te melden voorafgaand aan de oproep voor het bellen naar 0900-nummers met een minuuttarief van meer dan 15 cent. Het gaat hier om een gedeelde plicht voor zowel de nummergebruiker die de informatiedienst aanbiedt als de aanbieder die de rekening verstuurd aan de consument.

Inmiddels heeft OPTA controles uitgevoerd. Uit deze controles is gebleken dat van de 166 gecontroleerde 0900-nummers bij 48 nummers geen maximumtarief wordt gemeld voorafgaand aan de oproep. OPTA heeft de betreffende nummergebruikers onlangs een waarschuwingsbrief gestuurd om hen aan te sporen alsnog de verplichting na te leven. Mocht de verplichting in een later stadium nog steeds niet wordt nageleefd, dan kan OPTA zwaardere handhavingsmiddelen inzetten. Daarnaast zullen er in december 2008 weer nieuwe controles worden uitgevoerd. ◦

Spammers in beroep

OPTA heeft vorig jaar november twee ondernemers, die samenwerken onder de naam DollarRevenue, ieder drie lasten onder dwangsom opgelegd om hen te laten stoppen met het

ongevraagd verspreiden van reclamesoftware via internet. De software werd zonder toestemming van de eigenaars op 22 miljoen computers geïnstalleerd. Met behulp van deze illegale software verspreiden ze reclameboodschappen. Ook volgen ze er het surfgedrag van de computergebruiker mee. Onlangs zijn de beboete partijen in beroep gegaan tegen het boetebesluit en tegen openbaarmaking van het boetebesluit. De dossiers zijn inmiddels overgedragen aan de landsadvocaat. Het is echter nog niet bekend wanneer de rechtszaak zal plaatsvinden. ◦

Wat doet OPTA in 2009?

In december van dit jaar publiceert OPTA haar Focus op 2009. Deze Focus is de vervolgstap op de Visie 2008, waarin OPTA aangeeft waar zij in 2009 de accenten in haar toezicht legt. Onderwerpen die niet alleen van belang zijn voor de marktpartijen die direct onder OPTA's toezicht staan, maar ook voor het Nederlandse bedrijfsleven en de consument. Onderwerpen zoals compliance, openstellen van de tv-kabel en internetveiligheid zullen zeker niet ontbreken. Ook wordt er verteld wat OPTA concreet gaat doen aan deze punten. ◦

focus
op 2009



Felix Meurders

Presentator van onder meer de tv-programma's 'De leugen regeert' en 'Kassa'

TEKST: LOURENS LA ROI

Welk communicatiemiddel spreekt je het meeste aan en waarom?

Dat is toch wel de mobiele telefoon. Mijn iPhone. Daar kan ik zoveel verschillende dingen mee. Ik kan er mijn mail mee lezen, ik kan zien hoe laat en op welk perron de trein vertrekt, ik kan bekijken wat voor weer het is in de stad waar ik naar toe ga en ik kan er leuke restaurantjes mee opzoeken... Ik zal niet zeggen dat ik 'm 24 uur per dag gebruik want ik moet ook nog slapen. Maar veel scheelt het niet.

Wat vind je belangrijk in je communicatie als journalist en presentator?

Wat ik heel belangrijk vind, is het maken van goede afspraken. Het moet duidelijk zijn wat je van de geïnterviewde verwacht en hij van mij te verwachten heeft. Daarnaast de juiste vragen stellen. Een belangrijk aspect van communiceren vind ik goed luisteren. Natuurlijk volg ik nauwgezet de inhoud van het gesprek en waar nodig stel ik aanvullende vragen om de informatie goed over het voetlicht te brengen. Maar ik let ook heel goed op de lichaamshouding van degene met wie ik spreek en let op de emoties van gesprekspartner: zie ik verbazing, verwondering of irritatie?


Welke boodschap wil je overbrengen?

Boodschap vind ik een zwaar woord. Ik hou niet van het opgeheven vingertje. Vaak zijn items in mijn programma's een eye-opener voor anderen. Of een waarschuwing. Heel soms geven we service of tips. Ik heb wel het credo dat iedereen onderwerpen dat ik presenteer moet kunnen begrijpen. Iemand die naar een programma als Kassa kijkt, moet vanaf het eerste begin goed weten waarover het gaat en moet na afloop vooral niet met vragen blijven zitten.

Welke toekomst voorspel je voor de ontwikkeling van communicatie?

Ha, als ik dat zou weten dan zou ik met die kennis rijk worden! Maar zonder gekheid: er wordt steeds meer mogelijk, verbindingen worden sneller. Ik verwacht dat ik straks via de mobiele telefoon rechtstreeks kan binnenkomen op het LCD-scherm thuis, zodat ze daar ook kunnen zien waar ik het over heb. Of dat je een sms krijgt van de sensor in de koelkast dat de melk op is. En natuurlijk dat je zélf kunt bepalen op welk moment je een tv-programma gaat bekijken. Dan kan je zelf je ideale televisieavond samenstellen.

Hoe communiceert Felix Meurders?

Ik luister graag! 



“Ik luister graag!”