

# 'Help! Ik ben teleconsument!'

Stapels klachten over internet, tv en telefonie bezorgen consumentenorganisaties en geschillencommissies handenvol werk. Wie moet er wat doen om de woelige contacten tussen teleconsumenten en -aanbieders in een rustiger vaarwater te krijgen?



Ewald van Kouwen van de Consumentenbond kan er kort over zijn: 'Nergens krijgen wij zoveel klachten over als over internet, tv en telefonie.

De meeste gaan over overstapproblemen.

Omdat mensen ineens een paar weken zonder internet zitten bijvoorbeeld. Of omdat ze achteraf spijt krijgen. Zo van: 'Als ik dat geweten had, dan was ik niet overgestapt.'

De Consumentenbond gaat er in 2008 een speciale campagne aan wijden. 'Idee is dat we alle klachten bundelen en de druk op bedrijven opvoeren om beter gedrag te vertonen. 'Wat dat betere gedrag moet zijn? Van Kouwen: 'Meer transparantie. Wat kan ik precies van mijn aanbieder verwachten? Daar moeten bedrijven helder in zijn. En ze moeten duidelijk maken hoe zij problemen oplossen, en hoe lang dat gaat duren. Nu knopen aanbieders daar bewust geen termijn aan vast, omdat ze daar op aangesproken kunnen worden.

## Over de schreef

Contijn van Marle is senior jurist bij Stichting de Ombudsman. Ook hij wordt dagelijks geconfronteerd met klachten over internet, tv en telefonie. 'Kregen wij in 2004 nog 2100 klachten over de telecomsector, dit jaar zijn dat er al 2700.' De klachten top drie? 'Op één staat telefonische verkoop, op twee allerlei ongerief rond het switchen van abonnement en op drie gedoe met SMS-abonnementen.'

Vreemd is dat overigens niet, voegt hij daar onmiddellijk aan toe. 'Dat hoort een beetje bij bedrijfstakken die nog in de kinderschoenen staan. Vaak zie je dat nieuwkomers op zo'n markt weinig geld steken in administratie en zich volledig richten op klantenwerving. Maar op termijn leidt dat onherroepelijk tot slechte service.'

Ook Gerrit-Jan Zwenne, advocaat bij Bird&Bird Advocaten en universitair hoofddocent bij eLaw@Leiden Centrum voor Recht in de Informatiemaatschappij vindt alle onrust niet vreemd. 'Het gaat hier om markten die nog niet lang zijn opengesteld en waar keihard wordt gevochten om de klant. Dat leidt er wel eens toe dat partijen over de schreef gaan. Maar dat zijn in mijn beleving niet de nieuwkomers, maar juist ook de gevestigde partijen. Zij zien hun aantal abonnees drastisch slinken en stellen alles in het werk om klanten vast te houden. Op ontoelaatbare wijze soms.'

## FIST

Michiel Prinsen Geerligts is werkzaam op het Regulatory Office van KPN. Daar is hij belast

# Wie doet wat?

Op het gebied van teleconsumentenrechten zijn tal van (consumenten)organisaties op verschillende manieren actief. Een overzichtje.

- **ConsuWijzer** geeft praktisch advies over de rechten en plichten van de consument, tips, voorbeelden en doorverwijzingen naar relevante instanties. Het informatieloket is ontstaan uit samenwerking tussen drie toezichhouders die onder het ministerie van Economische Zaken vallen; de Consumentenautoriteit, de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) en de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (Opta). De toezichhouders lossen geen individuele geschillen op.  
*Zie [www.ConsuWijzer.nl](http://www.ConsuWijzer.nl)*
- **De Geschillencommissie Telecommunicatie** is er voor consumenten die een geschil hebben met hun telecombedrijf. Aan de Geschillencommissie kunnen klachten worden voorgelegd over de kwaliteit van de telefoonverbinding en de werking van het telefoonnetwerk, klachten over bellen via internet, over de hoogte van de telefoonrekening alsmede klachten over semafoondiensten. Klachten over de werking van het internet en/of facturen met betrekking tot internetdiensten kunnen echter niet worden behandeld.  
*Zie [www.geschillencommissie.nl](http://www.geschillencommissie.nl)*
- **De Geschillencommissie Elektronische Communicatiediensten** is er voor die consument die een geschil heeft met zijn provider. Deze Commissie behandelt uitsluitend de geschillen die ontstaan uit klachten van consumenten over de met de ondernemer gesloten overeenkomsten waarop door de Toetsingscommissie goedgekeurde algemene voorwaarden van toepassing zijn verklaard. In het Bedrijvenregister staat welke ondernemers bij deze commissie zijn aangesloten.  
*Zie [www.geschillencommissie.nl](http://www.geschillencommissie.nl)*
- **De Consumentenbond** is dé vereniging in Nederland die opkomt voor de belangen van alle consumenten. Haar missie: consumenten in staat stellen beter en makkelijker keuzen te maken, met respect voor mens en milieu.  
*Zie [www.consumentenbond.nl](http://www.consumentenbond.nl)*
- **Stichting de Ombudsman** helpt consumenten om thuis te raken in hun rechten als telecomconsument. De consument vindt er tips voor het aangaan en opzeggen van een contract en het indienen van klachten over een telecombedrijf.  
*Zie [www.deombudsman.nl](http://www.deombudsman.nl)*

met consumentendossiers. Van het beeld dat de consumentenorganisaties schetsen herkent hij vooral de problematiek rond telefonische verkoop. 'Dat is een nuttig instrument, maar moet wel op fatsoenlijke wijze worden ingezet', vindt hij. Ook de overstapproblemen herkent hij, maar hij maakt daar wel een nuancering bij: 'Onlangs hebben we op het ministerie van Economische Zaken nog de resultaten gezien van een TNO-onderzoek naar klanttevredenheid. Wat blijkt? De telecomsector doet het beter dan andere sectoren. Er wordt bijvoorbeeld veel meer geswitcht. Dat is een organisatorisch complex proces. Dat betekent uiteraard ook dat er vaker iets mis kan gaan.'

Moeten we dus maar rustig afwachten en komt alles dan vanzelf weer goed? Nee, zegt Prinsen Geerligts. 'De overheid moet vooral onderzoek

blijven doen naar problemen die zij signaleren en bedrijven daar dan mee confronteren.

Bedrijven moeten die heikele onderwerpen vervolgens oppakken, want zij hebben daar zelf ook last van.'

Dat doen ze zelfs al, beweert hij. 'Neem de oprichting van de Taskforce Overstappen van het Forum Interconnectie en Speciale Toegang (FIST). Deze moet ervoor zorgen dat consumenten soepeler kunnen overstappen. Of de oprichting van de nieuwe geschillencommissie voor elektronische communicatiediensten. De sector is dus zeker bereid om zelf iets te ondernemen.'

### Geschillencommissie

Ook Stichting de Ombudsman vindt dat actief ingrijpen nodig is om de onrust op de telecom-

markt te smoren. Van Marle: 'De overheid zou er goed aan doen om de *Wet koop op afstand*, een redelijk eenvoudige consumentenwet, eens goed onder de aandacht van het publiek te brengen. Consumenten moeten bijvoorbeeld weten dat ze zeven werkdagen bedenktijd hebben bij een koop op afstand, dat een bedrijf dat iets verkoopt aan twaalf informatieverplichtingen moet voldoen en dat de consument zelfs drie maanden bedenktijd krijgt als er daar eentje van ontbreekt. Als dat goed doorkomt lossen we al eenderde van alle problemen op.'

Nog eenderde kan volgens hem worden opgelost als de OPTA bedrijven dwingt om telefoongesprekken met hun cliënten voortaan volledig op te nemen. 'Nu maken zij slechts een voicelog van de contractafspraken, maar deze geeft niet de sfeer van een gesprek weer. Veel



# Column Testpanel

problemen liggen in de welles-nietes sfeer. Met een bandopname ben je daar vanaf. En technisch moet dat geen enkel punt zijn.'

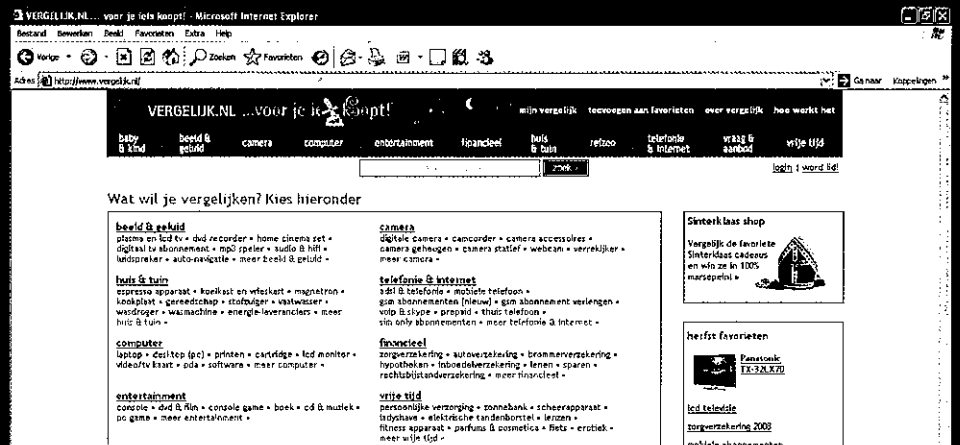
Daarnaast geloven zowel Stichting de Ombudsman, de Consumentenbond als universitair hoofddocent Zwenne sterk in de heilzame werking van geschillencommissies. Er was altijd al een Geschillencommissie Telecommunicatie en sinds kort is daar een Geschillencommissie Elektronische Communicatiediensten (ECD) bij gekomen. 'Het is een laagdrempelige manier voor de consument om zijn recht te halen', stelt Zwenne. 'Bovendien dwingt zo'n commissie bedrijven om nog eens naar hun algemene voorwaarden te kijken. Zij weten immers dat de consument naar zo'n commissie kan stappen en zullen dus niet het onderste uit de kan willen halen.'

Voorwaarde is dan wel dat alle marktpartijen zich bij zo'n commissie aansluiten. Bij de ECD is dat (nog) niet het geval. Alleen internetprovider KPN (inclusief onder meer Planet, HetNet en @Home) heeft zich daar voorsnog bij aangesloten. 'Aan Heemskerk de taak om deelname verplicht te stellen', vindt Van Kouwen van de Consumentenbond. 'Hij heeft daar juridische mogelijkheden voor.'

## Versnipperd

Prinsen Geerligts van KPN zoekt het liever in een andere richting: 'Het consumentenrecht is nu enorm versnipperd. Er staat iets in het Burgerlijk Wetboek, we hebben de *Wet koop op afstand*, de *Colportagewet* en de *Telecommunicatiewet*. Er is veel overlap. Dat maakt het onoverzichtelijk en consumenten en aanbieders hebben daar last van.' Hij pleit voor één wet op de consumentenbescherming.

Maar nu twijfelt advocaat Zwenne op zijn beurt. 'Wellicht zou de Telecommunicatiewet in het Burgerlijk Wetboek kunnen worden opgenomen, maar het gaat vaak om hele specifieke problemen. Dat de wetgeving niet erg toegankelijk is, dat is wel juist. Zo verzorg ik een cursus over teleconsumenten en hun rechten. Daar komen toezichthouders op af, maar ook telecomaandbieders, medewerkers van EZ en soms een enkele rechter. Ik kan voor dat publiek moeiteloos een dag praten over het teleconsumentenrecht, dus dat zegt volgens mij al genoeg.'



'Vergelijkingsites telecom nuttig maar onbetrouwbaar'. Met vette letters was dit onlangs te lezen in de media.

Zo, daar stonden we dan als telecomvergelijkers. Natuurlijk riepen we meteen om het hardst tegen elkaar dat het onderzoek niet deugde. Daarover zo meer. Tegelijk leert het rapport ons dat we blijkbaar niet transparant genoeg zijn. Daar moeten we wat mee.

Maar laat ik eerst kort schetsen hoe een vergelijkingssite werkt. Een vergelijkingssite krijgt per dag honderdduizenden prijzen aangeleverd. En iedere dag moeten deze weer zo helder mogelijk gepresenteerd worden aan de consument. Dat kan niet foutloos. Want vergelijkingssites zijn niet foutloos en de aangeleverde informatie van de webwinkels klopt nooit voor honderd procent.

Zijn vergelijkingssites daarmee onbetrouwbaar? Nee. Als er verkeerde informatie staat, dan is dat niet bewust en zeker niet bedoeld om meer geld te verdienen, zoals wordt gesuggereerd. Voor een vergelijkingssite maakt het niet uit bij welke winkel een klant een product koopt. Vergelijkingssites worden betaald per klik op een aanbieding. En die levert - als het om hetzelfde product gaat - per winkel hetzelfde op.

Miljoenen consumenten die dagelijks vergelijkingssites raadplegen, ondersteunen deze mening. De macht van dit reusachtige testpanel moet niet worden onderschat. Op internet zijn veel kritische consumenten die met een paar muisklikken misstanden direct wereldkundig maken. Vraag het maar aan de bedenkers van Zoekveilig.nl. Deze site claimde onlangs kinderen eindelijk kunnen internetten zonder op porno of goksites te belanden. Maar enkele gebruikers toonden al snel aan dat de site eigenlijk geen enkele bescherming bood en was opgezet met het *get-rich-quick-scheme* in gedachten. Je houdt de meute niet voor de gek.

Dat neemt niet weg dat vergelijkingssites kritisch naar zichzelf moeten kijken. Maar waar is de consument werkelijk mee geholpen? Op het zoveelste keurmerk zit niemand te wachten. Wat gaan we wel doen? Duidelijker maken hoe we werken, hoe we bereikbaar zijn en hoe we geld verdienen. Transparantie, duidelijkheid en betrouwbaarheid dus; begrippen waarop de overheid dagelijks door miljoenen mensen wordt getoetst. Op dat vlak kan ze de vergelijkingssites dus een eind op weg helpen. Maar laat uiteindelijk ons testpanel bepalen of we het goed doen of niet.

Niels Willems is directeur/eigenaar van de vergelijkingssite *HetBesteProduct* en woordvoerder van *TelecomVergelijker* en *Vergelijken*.