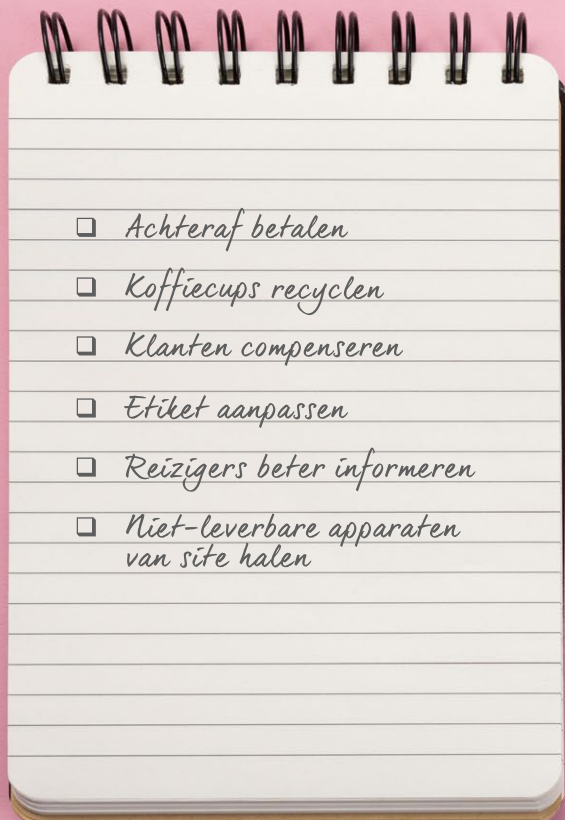


Toezeggingen gecheckt

# Bedrijven beloven veel...



Regelmatig stuiten we tijdens onze tests en onderzoeken op bedrijven die iets te verbeteren hebben. Als we zulke kwesties voorleggen, beloven ze ons vaak beterschap. Wat komt daarvan terecht?

● Onze onderzoekers nemen jaarlijks heel wat producten en diensten onder de loep. Soms zijn ze positief verrast, bijvoorbeeld over de kwaliteit of voorwaarden. Maar ze stuiten ook op misleidende, verkeerde of ontbrekende informatie. Daarmee zet een fabrikant of winkelier consumenten op het verkeerde been, al dan niet onbedoeld. Het gaat dan bijvoorbeeld om etiketten in supermarkten met een misleidende claim. Of om reisorganisaties die klanten niet de verplichte informatie geven over hun rechten bij het boeken van een reis. Komen we zulke misstanden tegen, dan kaarten we die voor publicatie altijd aan bij het bedrijf. Gelukkig is de intentie meestal goed en belooft het bedrijf ons beterschap. Vaak ontbreekt de tijd om die verbeteringen voor publicatie nog te controleren. Een verpakking van een product in de supermarkt is simpelweg niet binnen een week aangepast. En voor een bescheiden verandering op een website is soms een omslachtige technische aanpassing nodig. Althans, dat zijn redenen die bedrijven ons regelmatig geven om uit te leggen dat een aanpassing tijd nodig heeft. We vertrouwen dan maar op de goede bedoelingen en publiceren de toezeggingen in onze artikelen.

## Een terugblik

Toch valt het ons op dat sommige beloften niet worden nagekomen. We zien bijvoorbeeld dat een supermarkt geen haast maakt met een nieuwe verpakking of dat een webwinkel de update toch maar met een jaar uitstelt. Ook vergeten sommige bedrijven hun beloften simpelweg. En als we ze daarop attenderen, geven ze soms niet thuis. Daarom kijken we in dit artikel terug op een aantal toezeggingen die bedrijven ons de afgelopen anderhalf jaar deden. Het gaat om beloften op het gebied van voeding, reizen, winkelen, financiën, duurzaamheid en online betalen. Wat is daarvan terechtgekomen? En als de belofte niet is nagekomen, waarom dan niet?

## ONLINE BETALEN

### ‘Klanten kunnen binnenkort achteraf betalen’

Bestel je iets bij een winkel, dan hoef je niet alles vooraf te betalen. Ook niet als je online iets bestelt. Webwinkels moeten minstens één betaaloptie aanbieden waarbij je pas betaalt nadat je de bestelling ontvangen hebt. Maar 11 van de 50 grootste webwinkels van Nederland hielden zich niet aan die regel, zo ontdekten we vorig jaar.

HelloFresh, Hornbach en Kamera Express beloofden om snel Klarna als achteraf-betaaloptie in te voeren. Picnic zou automatische incasso ook voor nieuwe klanten beschikbaar maken en kledingwebwinkel VeePee zegde toe te gaan voldoen aan de wetgeving.

Veepee heeft nog niets veranderd en ontwijkt onze vragen hierover. In de app van online supermarkt Picnic staat voor nieuwe klanten iDeal nog steeds als enige betaaloptie. Zij kunnen wel betalen na

levering via automatische incasso, maar daarvoor moeten ze bellen met de klantenservice. Niet alleen is dat een extra drempel, de optie wordt ook nergens uitgelegd. Picnic heeft die achteraf-betaaloptie dus goed verstoppt. Dat doet HelloFresh ook. Betaaloptie Klarna zit weggemoffeld achter een lichtgrijze tekst. Wij zagen de betaaloptie daarom over het hoofd, maar volgens een woordvoerder kwam die opmaak ‘het beste uit de test’. De klanten stonden bij die test waarschijnlijk niet centraal.

Tegen de beloften in bieden Hornbach en Kamera Express nog steeds geen Klarna aan. De bouwmarkt geeft Covid daarvan de schuld. De camerawinkel antwoordt helemaal niet op onze vragen. Daar blijft het dus onmogelijk om pas na de levering van een dure camera te betalen voor de bestelling.

### Mark Friederichs is hoofd-redacteur Consumentengids

‘Na wat speurwerk op internet vond ik uiteindelijk het specifieke fiets-slot waar ik naar zocht. Ik kende de webwinkel niet en was daarom blij met de optie om pas na ontvangst te hoeven betalen. Dat gaf me een gerust gevoel. Zeker toen het veel langer duurde voor ik het slot in huis had dan de webwinkel beloofde.’



## DUURZAAMHEID

### ‘Er komt een recycleprogramma voor koffiecups’

Eind 2020 ontvingen we meldingen van leden over Douwe Egberts en het merk L’Or. Gebruikte koffiecups van L’Or kon je wél opsturen voor recycling, maar die van Douwe Egberts niet. Dat is opmerkelijk, omdat L’Or een merk is van Douwe Egberts. En andere merken, zoals Nespresso en Dolce Gusto, hebben ook een recyclestelsel.

Dat de cupjes van Douwe Egberts niet gerecycled worden, is een gemiste kans vonden wij. Want koffiecups zijn te klein voor PMD-afval (plastic, metalen en drinkverpakkingen). Daardoor belanden ze alsnog bij het restafval in de verbrandingsoven. Tijdens de verbranding gaat het koffiedik verloren, terwijl dat te gebruiken is als compost. Ook het aluminium blijft maar deels beschikbaar. Douwe Egberts beloofde ons vorig jaar een recycleprogramma op te zetten. Op de website van de koffiebrander lezen we er niets over en een woordvoerder reageert

niet op onze vragen. Wel stuurt de klantenservice op verzoek een verzendlabel toe, zo ontdekken we. Met dat label kun je een doos gebruikte cups naar een verwerkingsbedrijf sturen. Het bedrijf ontvangt er liefst minimaal 200 per zending, verpakt in een zak tegen het lekken. Omdat DE het bestaan van het programma stilt houdt en je er zelf achteraan moet, werpt DE nog steeds een flinke drempel op.

Winkelketen Blokker biedt sinds dit voorjaar een laagdrempelig recycleprogramma aan. Bij elke vestiging kun je koffiecups van alle koffiemerken inleveren. Dat moet in een gratis recyclezak, verkrijgbaar bij alle vestigingen. De winkelketen zegt de cups voor 96% te kunnen hergebruiken. En doneert de opbrengsten aan The Hunger Project, een organisatie die een eind wil maken aan honger in de wereld. Misschien dat Douwe Egberts eens op de koffie kan bij Blokker. ▶

### Irene Joris test espressomachines

‘Koffiecups zijn een stuk minder duurzaam dan gemalen koffiebonen. Een goede zaak dus dat steeds meer fabrikanten een recycleprogramma hebben. Alleen moet je zelf actie ondernemen en de cups inleveren. Het helpt als meer fabrikanten hier iets tegenover stellen, zoals winacties of een donatie aan een goed doel.’



### Olof King is directeur belangenbehartiging

‘In maart riepen we ABN Amro op om tot compensatie over te gaan. Sindsdien onderhandelden we daarover (zie ook pagina 46). De Rabobank wilde dit voor zijn en stuurde ons begin augustus een voorstel voor een compensatieregeling. We hebben de regeling doorgekeurd en denken dat die recht doet aan de gedupeerden. We hopen dat andere banken dit voorbeeld snel volgen.’



## FINANCIËN

### ‘We gaan duizenden klanten compenseren’

Gebruik je de roodstandoptie van je bankrekening of heb je een doorlopend krediet? Dan betaal je rente. Die is variabel en moet de marktrente volgen. Stijgt de marktrente, dan mag de rente op het krediet ook stijgen. Andersom moet de rente op het krediet wel dalen als de marktrente dat doet. Dat klinkt logisch, maar er was een jarenlange procedure bij het klachteninstituut financiële dienstverlening (Kifid) voor nodig om dit bevestigd te krijgen. Omdat bij veel kredietverstrekkers de rente uit de pas liep, betaalden hun klanten te veel rente. De Commissie van Beroep van het Kifid bepaalde dat die klanten recht hebben op compensatie van de te veel betaalde rente. In het voorjaar van 2020 beloofden Interbank, Ribank, Finata Bank, Voordeelbank en andere labels van Crédit Agricole duizenden klanten te gaan compenseren.

En ook dat er een aanmeldprocedure en een speciale website zou komen. Inmiddels kunnen gedupeerden zich inderdaad via mijnrentevergoeding.nl aanmelden. Toch is het voor sommigen te vroeg om te juichen, want de compensatieregeling van Crédit Agricole deugt niet. Volgens het Kifid is die te karig voor een belangrijk deel van de klanten. Dat volgt uit twee recente uitspraken van het Kifid. Sindsdien deed het klachteninstituut ook uitspraken in vergelijkbare zaken tegen andere banken. Daaruit blijkt dat veel andere geldverstrekkers, zoals ABN Amro, ook te veel rente in rekening brachten. Die zijn nog niet zo scheutig met het compenseren van gedupeerden. Daarom is Consumentenbond Claimservice in gesprek met enkele banken om een passende compensatie af te dwingen.

### Nelleke Polderman is expert voeding

‘Misleiding op voedsel-etiketten blijkt een veelkoppig monster. Zo zorgen aansporingen van ons er nogal eens voor dat fabrikanten toezeggen hun etiketten aan te passen. Maar lang niet altijd doen ze dat op de meest consumentvriendelijke manier. En soms duurt het ontzettend lang. Daarom willen wij dat de NVWA (Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit) meer prioriteit aan dit onderwerp geeft.’



## VOEDING

### ‘We zullen het etiket aanpassen’

Supermarkten en voedsel-fabrikanten doen veruit de meeste toezeggingen. Regelmatig treffen we verwarrende en misleidende etiketten aan. Vaak staan daar claims op die het product gezonder doen lijken dan het eigenlijk is. Ze zetten je dus op het verkeerde been. Neem Eat Natural, dat de claim ‘zonder geraffineerde suikers’ gebruikte op repen en granola. Dat klinkt gezond, maar er zitten wel allerlei andere suikers in die producten. Eat Natural beloofde de suikerclaim te verwijderen van de repen. Op de repen staat het inderdaad niet meer, maar op de website en andere producten nog wel. Eat Natural zegt ons toe dat begin 2022 alles op orde is. Een andere instinker was de claim ‘Natuurlijk, lekker en gezond’ die Albert Heijn online bij zijn gezoete zee-wiersalade deed. De supermarktketen be-

loofde daarmee te stoppen. En dat gebeurde ook. Albert Heijn heeft anderhalf jaar geleden ook toegezegd de verpakking van AH Frisse Fruitdrank Sinaasappel Citroen aan te passen. Die fruitdrank bevat veel meer appelsap dan sinaasappelsap. Van die belofte is nog niets terechtgekomen. De supermarkt schat in dat de verpakking pas ergens halverwege volgend jaar zal zijn aangepast. Ook Honig maakt geen haast. Het bedrijf zou dit jaar de claim ‘verantwoorde keuze’ van de verpakking van de Basis voor Franse champignonsoep halen. Die soep bevat te veel zout en te weinig groenten en past daarom niet in de Schijf van Vijf. Ruim acht maanden verder zijn het recept  n de verpakking nog onveranderd. Volgens Honig verdwijnt de claim in de komende maanden.

REIZEN

**‘We gaan reizigers beter informeren’**

Met een pakketreis sta je veel sterker dan met een los vliegticket, een huurauto of een hotelovernachting. Bij natuurrampen, een plotseling negatief reisadvies of problemen ter plekke, moet de organisator van een pakketreis je helpen. Ook is de reissom gedekt bij een faillissement. Die voordelen en bescherming heb je niet als je op eigen houtje bij verschillende aanbieders reisonderdelen boekt.

Sinds een paar jaar kun je wel zelf een pakketreis samenstellen, zowel bij een stenen reisbureau als online. Het reisbureau of de website moet voordat je definitief boekt, bevestigen dat het inderdaad om een pakketreis gaat. Dat moet met een standaardtekst waarin je basisrechten zijn uitgelegd. Die tekst moet de reisorganisator op een ‘in het oog springende manier’ verstrekken.

Met een link naar een document waarin de reizigersrechten uitgebreid zijn beschreven.

Uit een steekproef bij 15 aanbieders bleek vorig jaar dat 12 die regels niet volgden. Vaak kregen reizigers geen bevestiging van hun rechten. Ryanair, De Vakantie-Discounter, Sunweb en TUI waren het niet met ons eens. Maar D-Reizen, De Jong Intra, KLM, Prijsvrij, Transavia, Vliegwinkel en Treinreiswinkel beloofden wel beterschap. De Jong Intra, KLM en Transavia hebben hun website inmiddels op orde. Vliegwinkel, Treinreiswinkel en Prijsvrij bevestigen ons dat het is blijven liggen, maar zijn direct na onze herinnering alsnog in actie gekomen. Bij Vliegwinkel en Treinreiswinkel is het nog niet aangepakt, bij Prijsvrij al wel. En Prijsvrij belooft, als nieuwe eigenaar van D-Reizen, ook die website binnenkort op orde te brengen.

**Daan Vermeer is reisexpert**

‘Ondanks alle beloften is het nog steeds een rommeltje bij de informatievoorziening over pakketreizen. En dat terwijl reizigers juist in deze tijd moeten kunnen vertrouwen op hun reisaanbieder. We hebben daarom onze zorgen gedeeld met het Ministerie van Economische Zaken & Klimaat.’



WINKELN

**‘Niet-leverbare apparaten verwijderen we van onze website’**

In de webwinkel van Bommel & Kroon stonden in 2018 en 2020 diverse producten die niet leverbaar waren. Het ging om apparaten die goed uit onze tests kwamen en waar onze leden dus specifiek naar zoeken. Meermaals, zowel in 2018 als in 2020, beloofde de webwinkel technische aanpassingen te doen. Want het euvel zou van technische aard zijn. Bommel & Kroon zou een melding plaatsen bij apparaten die niet beschikbaar zijn. En de niet-leverbare apparaten zouden sneller van de site verdwijnen.

Om te checken of de webwinkel zich aan de beloften heeft gehouden, proberen we een vrijstaande vaatwasser van Bosch te kopen. Op de site van Bommel & Kroon staat daarbij ‘Leverbaar’. Met een groen vinkje ervoor en

een i-tje erachter. Klik je op die i, dan staat er de volgende uitleg: ‘De Bosch SMS6ZCI42E wordt besteld bij de leverancier en zal na binnenkomst direct worden doorverzonden. Je hebt het product nog steeds binnen enkele dagen in huis, indien op voorraad bij de leverancier.’

Dat klinkt geruststellend. Maar als we bellen, horen we dat de levertijd acht weken is. En het gaat niet alleen mis bij deze vaatwasser, zo blijkt uit de klachten op Klachtenkompas over lange levertijden van producten die ‘leverbaar’ zijn. Er kan dus nog steeds maanden verschil zitten tussen ‘leverbaar’ en ‘op voorraad’.

Daarmee heeft het bedrijf zich niet aan de belofte gehouden die het ons de afgelopen jaren twee keer deed. ■

**Ferry Ploeg is prijzenonderzoeker**

‘Het aanbieden van niet-leverbare producten is misleidend. Nadat je het product hebt besteld, krijg je een alternatief aangeboden of soms zelfs zonder overleg geleverd. Omdat sommige winkels dit nog steeds doen, zijn wij nu bezig met een uitgebreid onderzoek. De resultaten verschijnen in de Consumentengids van november en gaan wij ook met de ACM (Autoriteit Consument & Markt) delen.’



# Smaakt dit naar meer?

Word lid en krijg direct toegang tot alle  
onafhankelijke tests en informatie.

