

## **Consumentenbescherming: Volgens een nieuwe EU-studie wordt 60% van alle grensoverschrijdende bestellingen via internet geweigerd**

*Volgens een nieuw rapport van de Europese Commissie over grensoverschrijdende elektronische handel tussen bedrijven en consumenten is er sprake van wijdverspreide problemen met de weigering van bestellingen voor Europese consumenten die proberen online goederen in een andere lidstaat te kopen. In opdracht van de Commissie is een uitgebreid en onafhankelijk "mystery shopping"-onderzoek uitgevoerd, waarbij deelnemers uit de hele EU een lijst van honderd populaire producten, bijvoorbeeld camera's, cd's, boeken en kleding, probeerden te kopen bij een in een ander land gevestigde leverancier. In totaal werden meer dan 11 000 testbestellingen geplaatst. Uit dit onderzoek bleken consumenten 60% van de grensoverschrijdende transacties niet te kunnen voltooien doordat de verkoper het product niet naar hun land kon of wilde verzenden of geen voldoende mogelijkheden voor grensoverschrijdende betaling aanbood. Letland, België, Roemenië en Bulgarije zijn de landen waar consumenten de minste mogelijkheden hebben grensoverschrijdende aankopen te doen (voor de volledige rangorde van de 27 EU-landen, zie [MEMO/09/475](#)). Op twee landen na is de kans om een succesvolle grensoverschrijdende aankoop te doen echter minder dan 50%. De voordelen die de burger zo misloopt zijn ook zeer duidelijk. In meer dan de helft van de lidstaten konden 50% of meer van de producten 10% goedkoper gevonden worden via een website in een ander land, waarbij de vervoerskosten werden meegerekend. Bovendien konden 50% of meer van de gezochte producten niet gevonden worden op websites in het land zelf en werden deze alleen aangeboden door een verkoper in een andere lidstaat. In de mededeling wordt een reeks maatregelen voorgesteld die nodig zijn om de ingewikkelde regelgeving, die bedrijven ontmoedigt om consumenten in andere lidstaten te bedienen, te vereenvoudigen. Daarnaast zullen, om het vertrouwen in onlinehandel te vergroten, de problemen op het gebied van de vergaring van commerciële gegevens en het gebruik daarvan om consumenten te profileren en gericht te benaderen door een forum van belanghebbenden worden geanalyseerd.*

Commissaris Kuneva zei hierover het volgende: "De resultaten van dit onderzoek zijn zeer opvallend. We hebben nu de beschikking over concrete feiten en cijfers die laten zien dat de Europese interne markt voor consumenten op het gebied van onlinedetailhandel tot op grote hoogte nog geen realiteit is. Binnen onze omvangrijke Europese markt zouden consumenten met slechts een klik van de muis toegang moeten hebben tot betere aanbiedingen en een ruimer aanbod van producten. De werkelijkheid is echter dat de nationale grenzen voor consumenten bij het doen van online-aankopen nog steeds in hoge mate gesloten blijven. Europese consumenten lopen zo een ruimer aanbod en een betere prijs-kwaliteitsverhouding mis. Zij verdienen beter. We moeten de wirwar van wetten en regels die onlinehandelaren ervan weerhoudt hun waren in andere landen aan te bieden vereenvoudigen".

"Het totstandbrengen van een digitale interne markt is een topprioriteit voor Europa," aldus Viviane Reding, Europees commissaris voor Informatiemaatschappij en media. "We kunnen niet komen tot een echte digitale economie zonder eerst alle belemmeringen voor onlinetransacties weg te nemen, ook voor eindverbruikers. Dit moet bovenaan staan op de lijst van alle beleidsinitiatieven voor de hernieuwing van het project van de interne markt."

## De markt voor e-commerce

De waarde van de Europese markt voor e-commerce werd in 2006 geschat op 106 miljard euro. Het internet is het **snelst groeiende verkoopkanaal voor de detailhandel**. In 2008 verkochten 51% van de detailhandelaren in de EU producten online.

Maar de **kloof tussen binnenlandse en grensoverschrijdende e-commerce wordt steeds groter** als gevolg van belemmeringen voor de onlinehandel. Hoewel het aandeel van Europese consumenten die online winkelden in twee jaar (2006-2008) toenam van 27% tot 33%, bleef het aandeel van consumenten die minstens één online-aankoop in een ander EU-land deden min of meer gelijk (van 6% naar 7%). Ook verkopen slechts 21% van de handelaren op dit moment producten over de grens.

Toch **is het potentieel duidelijk aanwezig**. Een derde van de Europese consumenten zeggen dat zij zouden overwegen een product online in een ander EU-land te kopen als het goedkoper of beter is, en een derde is bereid om een aankoop in een andere taal te doen. 59% van de detailhandelaren is bereid om in meer dan een taal zaken te doen.

## Mystery shopping: onderzoeksresultaten

In opdracht van de Europese Commissie is een onlineonderzoek uitgevoerd met als doel door middel van proefaankopen na te gaan welke kansen en belemmeringen er bestaan voor consumenten die in de EU over de grens winkelen. Testers in alle EU-landen zochten op internet naar **100 populaire producten** (variërend van cd's tot computers, digitale camera's en wasmachines), waarbij zij keken naar **hoeveel geld er bespaard kan worden** door aankopen over de grens te doen en **hoe moeilijk het is iets online in een ander EU-land te kopen**. In totaal werden bijna 11 000 transacties verricht. De belangrijkste onderzoeksresultaten waren:

- **Er zijn aanzienlijke besparingen voor de consument mogelijk**. In 13 van de 27 landen, en voor minstens de helft van de gezochte producten, konden consumenten in een ander EU-land een aanbieding vinden die **minstens 10% goedkoper** was dan de beste aanbieding in eigen land (rekening houdend met alle kosten, zoals die voor bezorging in het land van de consument).
- **Toegang tot in eigen land niet verkrijgbare producten**. De consumenten in 13 EU-landen konden minstens 50% van de producten waar zij naar zochten niet online vinden in eigen land, maar wel in een ander land.
- **De meeste bestellingen mislukken**. Gemiddeld mislukten 61% van de bestellingen die online in een ander EU-land werden geplaatst, vooral doordat de verkoper weigerde te leveren aan het land waar de consument was gevestigd of geen voldoende mogelijkheden voor grensoverschrijdende betaling aanbood.

## De belemmeringen voor e-commerce

In de vandaag gepresenteerde mededeling wordt een strategie voorgesteld om de belemmeringen voor grensoverschrijdende onlinehandel weg te nemen. De prioritaire actiegebieden zijn onder meer:

- **Creëren van één eenvoudige set rechten voor EU-consumenten** De voorgestelde richtlijn betreffende consumentenrechten heeft tot doel de huidige verwarrende lappendeken van wetten te vervangen door één eenvoudige set rechten die voor de hele EU gelijk is en consumenten dezelfde bescherming biedt terwijl detailhandelaren profiteren van lagere nalevingskosten en van juridische duidelijkheid.
- **Versterken van grensoverschrijdende handhaving.** De gecoördineerde acties onder Europese leiding voor de handhaving van het consumentenrecht (bijvoorbeeld in de vorm van "internetsweeps") moeten doorgaan, om illegale praktijken uit te roeien en het consumentenvertrouwen met betrekking tot grensoverschrijdend winkelen te vergroten.
- **Vereenvoudigen van de regels bij grensoverschrijdende transacties voor detailhandelaren**, bv. met betrekking tot btw, heffingen voor recycling en afdracht van auteursrechten. Op dit moment krijgen sommige detailhandelaren te maken met verschillende belastingautoriteiten en verschillende nationale regels met betrekking tot het recyclen van elektronisch afval, en kan het voorkomen dat zij in meerdere landen auteursrechten moeten afdragen voor dezelfde producten. De voorstellen van de Commissie richten zich op de eerste twee problemen. Met betrekking tot de afdracht van auteursrechten moeten snel oplossingen worden gevonden.

Meer informatie is te vinden in: [MEMO/09/475](#)

De volledige tekst van de mededeling:

[http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts\\_en.htm#E-commerce](http://ec.europa.eu/consumers/strategy/facts_en.htm#E-commerce)