



Bouwen aan vertrouwen
door online platforms

Inhoudsopgave

1. Inleiding	4
2. Veilige omgeving bevorderen	6
2.1 Voorlichten over illegaal aanbod, oplichting en fraude	6
2.2 Productveiligheid	7
2.3 Aanbod checken en aanbieders actief verifiëren	7
2.4 Aanbod en aanbieders verwijderen op klachtbasis	7
2.5 Samenwerken met publieke instanties	8
2.6 Veilige betaling	9
3. Duidelijke informatie voor consumenten	10
3.1 Algemene voorwaarden zijn helder en simpel	10
3.2 Reviews zijn gebaseerd op échte ervaringen	11
3.3 Consument weet met wie hij zaken doet	11
3.4 Aangeven hoe de ranking tot stand komt	12
4. Zorg en nazorg	13
4.1 Faciliteren contact consument en aanbieder	13
4.2 Inspringen bij problemen tussen consument en aanbieder	14
5. Duurzame consumptie	15
5.1 Hergebruik en delen van bezit	15
5.2 Duurzame verpakking en bezorging	16

Colofon

Dit is een samenwerking van:
Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
Booking.com
bol.com
Marktplaats
Peerby
Primephonic
SnappCar
Thuisbezorgd.nl
TicketSwap
Whoppah

Juli 2020

Zo bouwen online platforms aan consumentenvertrouwen

Veilige omgeving

- Voorlichting illegaal aanbod en fraude
 - Productveiligheid
 - Aanbieders en aanbod verifiëren
- Aanbieders en aanbod aanpakken na klachten
- Samenwerking met publieke instanties
- Veilige betaling

Duurzaamheid

- Hergebruik en delen van bezit
- Duurzame verpakking en bezorging

Zorg en nazorg

- Faciliteren contact consument en aanbieder
- Inspringen bij problemen consument en aanbieder

Duidelijke informatie

- Heldere en simpele voorwaarden
- Reviews op basis van échte ervaringen
- Consument weet met wie hij zaken doet
- Aangeven hoe de ranking tot stand komt

Ieder platform is verschillend en bouwt op zijn eigen manier aan vertrouwen bij de klant. Meer informatie op rijksoverheid.nl/onlineplatforms.



Inleiding

De rol van platforms in de economie groeit sterk. Platforms zijn innovatief, ze creëren nieuwe markten en mogelijkheden voor gebruikers. Steeds meer bedrijven bieden hun producten en diensten, al dan niet uitsluitend, via een platform aan en steeds vaker doen Nederlandse consumenten hun aankopen via een platform. Vertrouwen van consumenten winnen en behouden is essentieel voor het succes van deze platforms.

Het Ministerie van Economische Zaken en Klimaat is met een aantal Nederlandse platforms (Booking.com, bol.com, Marktplaats, Peerby, Primephonic, SnappCar, Thuisbezorgd.nl, TicketSwap, Whoppah) het traject 'Bouwen aan vertrouwen' gestart. Het doel van dit traject is om, met name ten behoeve van startende en net begonnen platforms, succesvolle praktijkvoorbeelden bij elkaar te brengen die laten zien wat Nederlandse platforms doen om het vertrouwen van consumenten te winnen en te behouden.

Platforms zijn divers, bestaan in allerlei sectoren en hanteren verschillende bedrijfsmodellen. Platforms hebben gemeen dat zij aanbieders en consumenten bij elkaar brengen. Sommige platforms fungeren alleen als tussenpersoon bij de aan- en verkoop van fysieke producten, terwijl andere zich juist toelegen op diensten of de deeleconomie. Het kan gaan om handelsrelaties tussen consumenten en professionele partijen, of tussen consumenten onderling. Veel platforms maken beide mogelijk. Die diversiteit maakt dat ieder platform op zijn eigen manier investeert in en invulling geeft aan consumentenvertrouwen.

Dit document is het resultaat van de inventariserende gesprekken die het Ministerie van

Economische Zaken en Klimaat heeft gevoerd met de deelnemende platforms. Het geeft een overzicht van de volgende, voor consumentenvertrouwen belangrijke thema's:

1. het zorgen voor een veilige digitale omgeving;
2. het geven van duidelijke informatie;
3. wat platforms voor consumenten doen als er toch iets mis gaat;
4. hoe platforms bijdragen aan een duurzame(re) samenleving.

Uit de input van de platforms in dit traject zijn vier belangrijke "pijlers" voor het winnen en behouden van consumentenvertrouwen door platforms naar voren gekomen. Elke pijler wordt in dit document na een korte toelichting geïllustreerd met verschillende praktijkvoorbeelden. Deze voorbeelden weerspiegelen de diversiteit van de deelnemende platforms. Ieder platform doet het op zijn eigen manier, gericht op de eigen doelgroep, het type dienstverlening en de werking van het platform. Andere (Nederlandse) platforms zijn van harte uitgenodigd om zich aan te sluiten door mooie voorbeelden over te nemen of hun eigen voorbeelden in te brengen. Op die manier zorgen we er samen voor dat consumenten in Nederland met nog meer vertrouwen online aankopen kunnen blijven doen.

Dit document gaat vooral in op initiatieven die platforms zelf nemen met consumentenvertrouwen in gedachten. Het biedt een vrijblijvende en inspirerende handreiking aan met name nieuwkomers in de platformsector. Het document heeft geen juridische status. Het kan dus niet gebruikt worden om na te gaan of een platform zich (nog) aan de wet houdt. Die beoordeling is aan de betreffende toezichthouder zoals de Autoriteit

Consument en Markt (ACM) of de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit (NVWA) en uiteindelijk aan de rechter.

Het is goed om te vermelden dat dit document een momentopname is. De voorbeelden zijn geïnventariseerd tussen november 2019 en juni 2020. De voorbeelden die nu in dit document staan, horen daar na een bepaalde periode misschien niet meer in thuis, bijvoorbeeld vanwege voortschrijdend inzicht, nieuwe wetgeving of een besluit van een toezichthouder of de rechter, maar ook door innovaties of nieuwe succesvolle voorbeelden van bestaande platforms of nieuwkomers. Daarom

wordt dit document periodiek in overleg met de betrokken platforms herzien.

Vanzelfsprekend hebben platforms (en aanbieders die via een platform verkopen) ook te maken met wettelijke regels. Vertrouwen wordt ook versterkt wanneer consumenten ervan op aan kunnen dat het platform zich aan de regels houdt. Zo geeft de ACM vanuit haar onafhankelijke rol als toezichthouder op de consumentenrechten in haar leidraad “Bescherming online consument” handvatten voor een praktische invulling aan de wettelijke regels waaraan online verkopers moeten voldoen.¹

¹ <https://www.acm.nl/nl/onderwerpen/verkoop-aan-consumenten> en <https://www.acm.nl/nl/publicaties/consument-beter-beschermd-tegen-online-misleiding>

2

Veilige omgeving bevorderen

Het is van belang dat consumenten in een veilige digitale omgeving aankopen kunnen doen. Dit draagt niet alleen bij aan vertrouwen, maar maakt ook dat consumenten vaker terugkomen. “Veiligheid” kan gaan over verschillende aspecten, zoals het aanbod en de aanbieders zelf, of het aankoopproces en de betaling.

Platforms hebben een unieke plaats in het oriëntatie- en transactieproces en kunnen een bijdrage leveren aan de veiligheid van de transactieomgeving. Aanbieders kunnen op een platform hun producten en diensten in de markt zetten en vindbaar maken voor een grote groep consumenten. Dit brengt echter ook risico's met zich mee, want zowel offline als online zijn mensen actief die misbruik willen maken van goedwillende bedrijven en consumenten. Bijvoorbeeld via oplichting, fraude of het aanbieden van illegale producten. Het zoveel mogelijk voorkomen van dergelijke praktijken en effectief optreden als er toch iets misgaat, draagt ook bij aan vertrouwen.

2.1 Voorlichten over illegaal aanbod, oplichting en fraude

Voorlichting over risico's die consumenten mogelijk lopen is een eerste stap die platforms kunnen zetten om de consument vertrouwen te geven in het doen van een transactie. Zo kunnen platforms consumenten informeren over de risico's die ze lopen wanneer ze zich online begeven en handelen. Ook kunnen platforms consumenten laten weten wat ze zelf kunnen doen om te voorkomen dat ze slachtoffer worden van bijvoorbeeld oplichting of fraude.

Voorbeeld Marktplaats:

‘De “veilig handelen-pagina” van Marktplaats helpt bezoekers met vijf eenvoudige tips om zelfverzekerd en veilig te kunnen handelen op het platform. Op het moment dat kopers of verkopers een verhoogd risico lopen, worden

zij actief gewezen op deze tips. Bijvoorbeeld op het moment dat mensen op een link klikken die hen naar een website buiten Marktplaats brengt. Of als zij een advertentie plaatsen waarin zij een concertticket zoeken. Daarnaast brengt Marktplaats nadrukkelijk de functie “Controleer verkoper gegevens” van de politie onder de aandacht. Hiermee kunnen consumenten aan de hand van onder meer telefoonnummers, iBAN-nummers en websiteadressen controleren of er meldingen bij de politie zijn gedaan over deze verkoper. Deze maatregelen zijn erop gericht om mensen met zelfvertrouwen te laten handelen.’

Link: <https://www.marktplaats.nl/i/help/veilig-en-succesvol>

Voorbeeld TicketSwap:

“TicketSwap communiceert duidelijk aan gebruikers over de potentiële risico's die zij lopen als zij een kaartje kopen op haar platform. Dat doet TicketSwap op de “Is het kopen via TicketSwap veilig”-pagina. TicketSwap neemt zo veel mogelijk risico's weg voor de koper. SecureSwap is daar een mooi voorbeeld van, waar de koper een volledig nieuw ticket ontvangt en het verkochte ticket ongeldig wordt. Daarnaast zijn er checks op de verkoper en is deze met bankrekening bij TicketSwap bekend. Ook is de transactie van ticket en geld gegarandeerd, want zonder geld geen ticket en zonder ticket geen geld. Verder controleert TicketSwap automatisch op evenement, datum, prijs, etc. zodat de koper krijgt wat hij of zij verwacht en tot maximaal 20% boven de originele prijs betaalt.”

Link: <https://www.ticketswap.nl/help/item/37>

2.2 Productveiligheid

Consumenten verwachten dat de producten die zij online (via een platform) kopen veilig zijn en zonder problemen gebruikt kunnen worden. Van Nederlandse platforms wordt verwacht dat zij de aanbieders op hun platform informeren over de geldende regels en in geval van problemen, in samenwerking met toezichthouders, het aanbod van de aanbieder van het platform verwijderen. In Nederland ziet onder andere de Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit (NVWA) toe op deze regels.²

Voorbeeld Marktplaats en bol.com:

‘Marktplaats en bol.com werken samen met de NVWA om de expertises van beide kanten optimaal te benutten: de specialistische productkennis van de NVWA-inspecteurs en de technische kennis die bij Marktplaats en bol.com aanwezig is. Op deze manier maken we digitaal toezicht zo efficiënt mogelijk voor toezichthouders en wordt illegaal aanbod opgespoord en verwijderd.’

Links: <https://www.nvwa.nl/nieuws-en-media/nieuws/2019/05/01/nvwa-en-bol.com-pakken-verkoop-verboden-artikelen-samen-aan>

<https://www.nvwa.nl/nieuws-en-media/nieuws/2019/01/22/nvwa-en-marktplaats-slaan-handen-ineen-in-strijd-tegen-verboden-producten>

2.3 Aanbod checken en aanbieders actief verifiëren

Versillende platforms zetten stappen om aanbieders die niet bij het platform passen of geen goede bedoelingen hebben te weren. Dit doen zij bijvoorbeeld door regels te stellen aan aanbieders en aan de producten of diensten die op hun platform worden aangeboden. Op deze manier grijpen platforms vroegtijdig in en voorkomen zij mogelijke problemen.

Voorbeeld Whoppah:

‘TicketSwap controleert de authenticiteit van elk ticket dat op het platform te koop wordt gezet en de bijbehorende verkoper. Daarnaast

heeft zij het product SecureSwap ontwikkeld. Daarmee controleert TicketSwap direct de geldigheid van het ticket bij de primaire ticketverkoper. Met SecureSwap zorgt TicketSwap ervoor, in samenwerking met primaire ticketproviders en organisaties, dat een barcode bij verkoop op haar platform ongeldig wordt gemaakt. De koper ontvangt een geheel nieuw ticket met eigen naam en unieke barcode. Zo weet de koper 100% zeker dat hij een geldig ticket heeft, dat niet alsnog door de verkoper gebruikt kan worden bij het evenement.’

Link: <https://www.ticketswap.nl/help/item/67>

Voorbeeld Peerby:

‘Het is belangrijk dat uitleners en verhuurders bij Peerby erop kunnen vertrouwen dat er zorgvuldig met hun spullen wordt omgegaan. Wij verifiëren de identiteit van uitleners en verhuurders om de kans te verkleinen dat er iets mis gaat en om personen te weren die zich niet aan de spelregels (willen) houden. Tegelijkertijd willen we de drempel voor het gebruik van ons platform niet onnodig hoog maken. Daarom verzoeken wij leden die een waardevol product willen huren of lenen, om één cent over te maken via iDeal. Zo stellen we op een laagdrempelige manier, via de bank, de identiteit van de deelnemers op het platform vast.’

Link: <http://peer.by/verificatie>

2.4 Aanbod en aanbieders verwijderen op klachtbasis

Situaties waarin er toch iets mis gaat, zijn niet te voorkomen. Consumenten kunnen bijvoorbeeld ontevreden zijn met een product, de dienst of de manier waarop een aanbieder communiceert. Veel platforms spelen een actieve rol in dit soort situaties, bijvoorbeeld door in gesprek te gaan met een aanbieder als er klachten binnenkomen. Het platform heeft de mogelijkheid om de toegang van de aanbieder tot het platform af te sluiten als er onvoldoende verbetering optreedt.

² <https://www.nvwa.nl/over-de-nvwa/hoer-de-nvwa-werkt/toezicht-maatregelen-en-boetes/interventiebeleid/interventiebeleid-productveiligheid>

Voorbeeld Marktplaats:

‘Alle elf miljoen advertenties die op elk moment live staan op ons platform zijn voorzien van een meldknop. Hiermee kunnen gebruikers elke advertentie melden wanneer zij denken dat de die niet voldoet aan wet- en regelgeving of de voorwaarden van Marktplaats. Wij verwerken al deze meldingen. Merkrechthouders en wettelijke toezichthouders kunnen met speciale “trusted accounts” op efficiënte wijze illegaal aanbod door Marktplaats laten verwijderen.’

Link: https://help.marktplaats.nl/help/veilig_handelen_internetoplichting/tips_voor_veilig_handelen/i/verdachte-advertentie-of-adverteerder-melden

https://help.marktplaats.nl/help/veilig_handelen_internetoplichting/regels_beleid/i/het-melding-van-inbreuk-programma

Voorbeeld bol.com:

‘Bol.com monitort voortdurend de prestaties van aanbieders op haar platform. Daarbij kijken we onder andere naar de reviews van klanten, het aantal klantvragen, telefonische beschikbaarheid voor klanten en het aantal retouren. Wanneer blijkt dat aanbieders de beloofde kwaliteit voor consumenten niet (kunnen) leveren, of zich niet aan de verkoopvoorwaarden van ons platform houden, stoppen wij de samenwerking met de betreffende aanbieder tijdelijk dan wel definitief. Bol.com streeft altijd naar een gesprek met de aanbieder om de mogelijkheden te bespreken om prestaties te verbeteren. Indien mogelijk ondersteunt bol.com de aanbieder hierin.’

Link: <https://partnerplatform.bol.com/help/prestatie/servicenormen>

Voorbeeld Peerby:

‘Als er klachten binnenkomen over aanbieders of afnemers worden die verwerkt door onze klantenservice. Indien mogelijk vindt wederhoor plaats. Afhankelijk van de ernst van de klacht kan de klantenservice kiezen voor een waarschuwing of, bij aanhoudende of ernstige klachten, voor definitieve verwijdering van het account van de gebruiker.’

Link: <http://peer.by/klachten>

Voorbeeld Booking.com:

‘Een advertentie online zetten op Booking.com is voor accommodaties zo gemakkelijk mogelijk gemaakt. We maken afspraken met onze accommodatiepartners over de weergave en informatie die getoond wordt, maar bijvoorbeeld ook over de nakoming van lokale regelgeving. Als we merken dat een accommodatie niet aan deze afspraken voldoet, komen we in actie. In de eerste plaats via een gesprek met de accommodatie, met als doel dat de problemen aantoonbaar worden opgelost. Als dit niet mogelijk blijkt, dan volgt uiteindelijk verwijdering van ons platform. Zo kunnen reizigers altijd een prettig en betrouwbaar verblijf vinden via Booking.com.’

2.5 Samenwerken met publieke instanties

Verschillende (publieke) instanties kunnen handhavend optreden als de wet wordt overtreden. Zo is de NVA verantwoordelijk voor het toezicht op productveiligheid. De politie is aanwezig bij internetoplichting en bij de Fraudehulpdesk kunnen consumenten een melding doen en controleren of er al meldingen zijn over een bepaald(e) website/bedrijf. Platforms werken vaak samen met toezichthoudende instanties om na een melding over een overtreding op hun platform zo snel mogelijk te kunnen handelen. Waar sprake is van illegaal aanbod zijn platforms zelfs verplicht om actie te ondernemen als ze meldingen ontvangen.

Voorbeeld Marktplaats:

‘Marktplaats werkt al meer dan tien jaar nauw samen met politie en justitie in de bestrijding van internetoplichting. Marktplaats verwerkt preventieve maatregelen in haar dienst (zoals actieve verwijzing naar de “Controleer verkoper gegevens”-functie van de politie) en ondersteunt strafrechtelijke onderzoeken. Wij geleiden gedupeerden van internetoplichting naar het juiste loket van de politie, zodat alle informatie op één centraal punt bij de politie binnenkomt. Dat helpt de opsporing.’

Link: https://help.marktplaats.nl/help/veiligheid/veilig_handelen/i/meldpunt-internetoplichting

Voorbeeld TicketSwap:

‘Wanneer gebruikers op het TicketSwap-platform slachtoffer zijn geworden van (internet)oplichting verwijzen zij hen naar het internetloket van politie voor het doen van aangifte. TicketSwap werkt proactief samen met de politie bij de bestrijding van ticketfraude en internetoplichting. Dat doet zij door misstanden te signaleren en strafrechtelijke onderzoeken te initiëren. Ook helpt zij de politie met het bouwen van een zaak voor vervolging.’

2.6 Veilige betaling

Online transacties kunnen niet zonder online betaling. Consumenten doen die betaling bijvoorbeeld door geld over te maken (via iDeal, PayPal, creditcard), door achteraf te betalen of door gebruik te maken van een cadeaukaart. In sommige gevallen loopt de betaling via het platform, in andere gevallen rekent de consument direct bij de aanbieder af. Consumenten moeten erop kunnen vertrouwen dat hun betalingen veilig verlopen en dat het geld uiteindelijk terechtkomt bij de partij voor wie het bedoeld is. Platforms kunnen hiervoor verschillende waarborgen inbouwen. Afhankelijk van de keuze die het platform maakt, kan de betaling bijvoorbeeld plaatsvinden via het platform zelf, of uitbesteed zijn aan een derde partij.

Voorbeeld Marktplaats:

‘De afhandeling van de betaling was voor gebruikers van Marktplaats soms een drempel om te handelen. In samenwerking met Online Betaalplatform maken wij het mogelijk dat consumenten onderling een veilige iDeal-betaling kunnen doen. Een andere drempel die gebruikers ervaren, is wanneer het product wordt opgestuurd. De “Gelijk Oversteken”-service maakt het mogelijk om als koper te betalen, waarbij het geld pas wordt uitgekeerd aan de verkoper als het pakket bij de koper is aangekomen. Marktplaats heeft beide diensten van Online Betaalplatform geïntegreerd in de chatfunctionaliteit op ons platform. Zo wordt handelen voor gebruikers makkelijker en veiliger, waarbij zij nog steeds zelf kunnen beslissen hoe zij de (ver)koop afhandelen.’

Link: https://help.marktplaats.nl/help/veilig_handelen_internetoplichting/tips_voor_veilig_handelen/i/gelijk-oversteken

https://help.marktplaats.nl/help/account_mijn_marktplaats/mijn_berichten/i/betaalverzoeken-versturen-en-ontvangen-via-mijn-berichten

Voorbeeld Thuisbezorgd.nl:

Thuisbezorgd.nl heeft haar activiteiten als betaaldienstverlener belegd bij een entiteit die een vergunning heeft als betaalinstantie. Deze entiteit staat daardoor onder toezicht van De Nederlandsche Bank en moet voldoen aan alle eisen voor betaalinstanties. Om te zorgen dat gelden van restaurants en consumenten gescheiden blijven van de gelden van Thuisbezorgd.nl, verlopen de betalingen via een aparte derdengeldenrekening. Ook doen wij, als onderdeel van de gereuleerde betaaldienstverlening, een zogenaamde “ken-jecliënt”-controle voor alle partnerrestaurants die zich aanmelden bij Thuisbezorgd.nl. Daarnaast leggen wij binnen onze organisatie de focus op naleving van de regelgeving door middel van onder andere ambassadeursprogramma’s.’

Link: <https://corporate.takeaway.com/media/press-releases> (press release 15-05-2019)

Voorbeeld TicketSwap:

‘Consumenten kunnen zowel als koper en verkoper optreden op het platform. TicketSwap handelt de betaalstromen tussen de consumenten af op een veilige manier. TicketSwap zorgt ervoor dat de koper op een veilige manier kan betalen via algemeen geaccepteerde betaalmethoden en dat geldstromen aan de verkopers worden gescheiden van de geldstromen van TicketSwap. Verkopers zijn daardoor verzekerd dat zij hun geld krijgen.’

Link: <https://www.ticketswap.nl/sell>

3

Duidelijke informatie voor consumenten

Duidelijke informatie is voor consumenten van groot belang om weloverwogen keuzes te kunnen maken. Het is daarmee een belangrijke bron van vertrouwen bij het doen van aankopen. Tussen aanbieders en (potentiële) kopers bestaat een verschil in de mate waarin ze over informatie beschikken. Als consumenten bijvoorbeeld een product via internet kopen, kunnen zij het product vaak pas bekijken of ervaren als de koop bijna gesloten is, of pas zelfs daarna, als het product bezorgd is. De aanbieder, die over het product beschikt, weet er vaak veel vanaf. Consumenten zijn in zo'n situatie bij uitstek gebaat bij duidelijke informatie van de aanbieder over wat hij aanbiedt en welke rechten daarbij gelden, maar ook bij informatie over het aanbod en de aanbieder zelf.

Platforms hebben consumenten op dit punt veel te bieden. Immers, een van de grote pluspunten van de platformeconomie is dat informatie van verschillende aanbieders op één plek samenkomt. Dit biedt consumenten overzicht en stelt ze in staat om te vergelijken op prijs, kwaliteit en allerlei andere relevante kenmerken.

3.1 Algemene voorwaarden zijn helder en simpel

Bij overeenkomsten tussen een professionele aanbieder en een consument die via een platform tot stand komen, gebruiken veel platforms algemene voorwaarden. Voor consumenten en aanbieders is van belang dat deze algemene voorwaarden zo duidelijk en begrijpelijk mogelijk zijn. Daar hoort bij dat de voorwaarden goed vindbaar zijn, tijdig onder de aandacht van de consument worden gebracht en dat helder is voor wie de algemene voorwaarden gelden; soms gelden namelijk de voorwaarden van de aanbieder als de consument via een platform een product of dienst van die aanbieder koopt. Duidelijke voorwaarden hebben voordelen voor alle partijen: het zorgt voor minder misverstanden. Denk daarbij aan algemene voorwaarden

die in eenvoudig taalgebruik zijn opgesteld en weinig (juridisch) jargon gebruiken.

Voorbeeld Peerby:

'Peerby streeft naar leesbare voorwaarden voor gebruikers van ons platform. We houden de voorwaarden daarom kort maar krachtig. Ingewikkelde juridische termen proberen we te vermijden. In de voorwaarden staat bijvoorbeeld waar Peerby voor is bedoeld, dat contact via Peerby precies zo gaat als je dat in persoon zou doen en dat Peerby in mag grijpen wanneer berichten of teksten onfatsoenlijk zijn of tegen de wet. Omwille van de begrijpelijkheid en duidelijkheid zijn de voorwaarden geschreven vanuit het perspectief van onze gebruikers en in de je-vorm.'

Link: <http://peer.by/voorwaarden>

Voorbeeld bol.com:

'Bol.com maakt gebruik van de voorwaarden van brancheorganisatie Thuiswinkel.org. Als je als consument iets rechtstreeks van bol.com koopt, gelden deze voorwaarden, die Thuiswinkel.org in overleg met de Consumentenbond heeft opgesteld. Al jaren gebruiken veel Nederlandse webshops en platforms zoveel mogelijk vergelijkbare voorwaarden. Deze voorwaarden bevatten informatie over alle betrokken partijen, over de overeenkomst die wordt aangegaan en wat consumenten kunnen doen als ze na de aankoop van gedachten zijn veranderd. Eventuele geschillen kan de consument voorleggen aan de onafhankelijke en laagdrempelige Geschillencommissie Thuiswinkel.'

Link: <https://www.bol.com/nl/m/algemene-verkoopvoorwaarden/>

3.2 Reviews zijn gebaseerd op échte ervaringen

Veel consumenten die zich oriënteren op een aankoop van een product of dienst, of bijvoorbeeld een product willen lenen van of aan een andere consument, willen graag weten wat anderen vonden van het product, de dienst of de aanbieder. Dit helpt om een goed geïnformeerde beslissing te nemen en kan teleurstellingen achteraf voorkomen. Daarom bieden veel platforms de mogelijkheid om een “review” achter te laten over het product of de dienst en/of over de aanbieder. Zo krijgen consumenten de kans om hun ervaringen te delen met anderen.

Reviews spelen een steeds grotere rol in de online consumenteneconomie. Het is belangrijk dat consumenten erop kunnen vertrouwen dat een review echt is. Met “echt” bedoelen we dat alleen consumenten die een aankoop hebben gedaan, een dienst hebben gebruikt of een daadwerkelijke handelservaring hebben opgedaan, een review kunnen plaatsen en dat een platform dit controleert. Dat voorkomt manipulatie van reviews. Zo kunnen consumenten de waardering die bij een product, dienst of aanbieder wordt getoond, veilig meewegen in hun aankoopbeslissing.

Voorbeeld SnappCar:

‘Met een review kunnen zowel de huurder als de verhuurder van de auto vertellen hoe zij de huurperiode hebben ervaren. Deze reviews zijn voor beide groepen gebruikers van vitaal belang. Vaak laten zij hun keuze namelijk afhangen van de reviews over de andere partij. Daarom is het voor gebruikers alleen mogelijk om een review te schrijven als er daadwerkelijk een transactie heeft plaatsgevonden tussen huurder en verhuurder. SnappCar heeft dat technisch gewaarborgd. Hiermee garanderen we dat elke review “echt” is.’

Link: <https://www.snappcar.nl/hoe-werkt-het>

Voorbeeld Booking.com:

‘Reviews op Booking.com zijn een van de belangrijkste informatiebronnen waarop reizigers een accommodatie kiezen. De geplaatste reviews op Booking.com zijn alleen afkomstig van mensen die echt in de accommodatie verbleven en betaald hebben. Pas als een gast uitgecheckt is bij de accommodatie,

krijgt deze per email een (tijdelijk geldige) uitnodiging om een review achter te laten. We plaatsen elke review zo snel mogelijk na het achterlaten, of deze nu positief of negatief is. Racistische, haatdragende of kwetsende reviews worden niet geplaatst. Enkele aanvullende checks zorgen ervoor dat consumenten alleen betrouwbare reviews te zien krijgen. We bieden tot slot de accommodatie de mogelijkheid om te reageren op individuele reviews, zodat ook zij een constructieve bijdrage kunnen geven. Zo krijgt de consument een gebalanceerd inzicht in de reiservaring van andere reizigers.’

Link: <https://partner.booking.com/nl/hulp/gastbeoordelingen>

3.3 Consument weet met wie hij zaken doet

Met de opkomst van de platformeconomie is voor consumenten een nieuwe situatie ontstaan ten opzichte van de “klassieke” relatie tussen koper en verkoper. Zo handelen consumenten op platforms soms met het platform zelf, soms met (professionele) aanbieders op het platform en met regelmaat ook juist met andere consumenten. Dit kan tot onduidelijkheid leiden. Voor consumenten is het belangrijk dat ze weten met welke partij ze handelen en met wie ze contact kunnen opnemen bij problemen. Bij overeenkomsten tussen consumenten onderling geldt namelijk het reguliere contractenrecht, terwijl bij een transactie tussen een consument en een bedrijf vaak extra waarborgen gelden, zoals een bedenkttermijn en de wettelijke garantie.

Voorbeeld Whoppah:

‘Onze verkopers moeten een profiel creëren, waarbij zij eerst aangeven of zij een professionele of een particuliere verkoper zijn. Vervolgens plaatsen zij hun aanbod op dat profiel. Daarmee creëren ze een uitstraling die bij hen past. Zo maken we het persoonlijker en levendiger en weten consumenten met wie ze zaken doen. Alle verkopers bevinden zich in België of Nederland. De locatie staat in het profiel. Alle items zijn direct beschikbaar. We geven standaard aan dat binnen enkele dagen geleverd kan worden door de koerier die via Whoppah kan worden ingeschakeld.’

Link: <https://whoppah.com/pages/verkopen>

3.4 Aangeven hoe de ranking tot stand komt

Platforms hebben vaak een groot aanbod aan producten, diensten en aanbieders. De volgorde waarin consumenten zoekresultaten te zien krijgen, maakt zowel voor de consument als de aanbieder veel uit. Het is voor het platform en aanbieders op een platform interessant om zichtbaar en zo hoog mogelijk in de zoekresultaten te komen. Zij kunnen dit deels bereiken door hun prijsstelling, door advertenties en productinformatie zo compleet mogelijk in te vullen en door goed gebruik te maken van zoektermen. Maar vaak is het voor aanbieders ook mogelijk om te betalen om hoger in de zoekresultaten te komen. Dit gebeurt overigens zowel op platforms die consumenten en professionele handelaren met elkaar in contact brengen, als op platforms die consumenten met elkaar verbinden. Om een zorgvuldige afweging te kunnen maken, is informatie dat er betaald is voor een hogere positie in de zoekvolgorde relevant voor de consument en dus ook voor het platform om hier duidelijkheid in te geven.

Voorbeeld Primephonic:

‘Primephonic biedt van sommige muziekstukken meer dan honderd opnames. Consumenten bepalen zelf of zij deze willen zien op volgorde van alfabet, leeftijd of populariteit. Artiesten en platenmaatschappijen kunnen geen hogere plaatsing “kopen” of “afdwingen”. In de “home” functie doet Primephonic wel gerichte aanbevelingen. Die aanbevelingen worden bepaald door het artistieke team van Primephonic. Ook hier kunnen artiesten en platenmaatschappijen geen plaatsing kopen of afdwingen.’

Link: <https://primephonichelp.zendesk.com/hc/nl/sections/360003399711-De-catalogus>

4

Zorg en nazorg

Platforms verschillen van elkaar en vullen hun rol richting de consument op uiteenlopende manieren in. Ze faciliteren veelal het aankoopproces of nemen dit in sommige gevallen geheel over van de aanbieder. Tijdens en na afloop van het aankoopproces kunnen consumenten te maken krijgen met problemen, bijvoorbeeld met het product of de dienst, of met de aanbieder.

Vanwege de rol van het platform, dat twee partijen met elkaar verbindt en de transactie faciliteert, verwachten veel consumenten dat het platform ook helpt of optreedt wanneer bijvoorbeeld de aanbieder niet thuis geeft bij problemen. Platforms kunnen hier op verschillende manieren mee omgaan en doen dat ook. Hoe zij dat doen is sterk afhankelijk van het type dienstverlening dat het platform aanbiedt.

4.1 Faciliteren contact consument en aanbieder

Als een consument een product of dienst afneemt van een aanbieder, kan er soms iets misgaan. Juist bij aankopen via platforms is voor consumenten niet altijd helemaal duidelijk welke rol het platform in zo'n geval heeft of neemt. Veel platforms faciliteren in elk geval het contact tussen beide partijen. Afhankelijk van het type dienstverlening dat het platform biedt, kan het ook als onafhankelijke derde optreden en monitoren of een probleem naar tevredenheid wordt opgelost. Het platform is hierbij gebaat, omdat tevreden consumenten vaker terugkomen en omdat tevreden aanbieders actief blijven op het platform.

Voorbeeld Booking.com:

'Gasten die een vraag hebben over hun verblijf kunnen via Booking.com direct de accommo-

datie benaderen. Reizigers kunnen ook 24/7 de klantenservice van Booking.com bellen, mailen of per chat bereiken. Onze klantenservice biedt ondersteuning in 43 talen en biedt daarmee voor de meeste reizigers hulp in hun moedertaal. Booking.com faciliteert ook het contact tussen de gast en de accommodatie, zo kan onze klantenservice vaak direct helpen bij een vraag, of ondersteunen, bijvoorbeeld als een antwoord van de accommodatie uitblijft.'

Link: <https://booking.com/help>

Voorbeeld TicketSwap:

'Wanneer er onverhoopt iets verkeerd gaat tussen de koper en verkoper van het ticket (bijvoorbeeld als het verkochte ticket alsnog is gebruikt door de verkoper), dan brengt TicketSwap de koper en de verkoper met elkaar in gesprek. TicketSwap modereert dit gesprek om tot een oplossing te komen, en bemiddelt indien nodig. Zij initieert ook de mogelijke verrekening, door de verkoper te vragen het geld terug over te maken naar de koper.'

Link: <https://www.ticketswap.nl/help/item/141>

Voorbeeld Whoppah:

'Whoppah begeleidt het proces van ver- en aankoop van het begin tot het eind. Van het aanmaken van de advertentie door middel van curatie tot levering door een koerier tot en met het vragen om een bevestiging van ontvangst in goede orde. Bij een conflict tussen koper en verkoper treedt Whoppah op als bemiddelaar om bijvoorbeeld tot een schadevergoeding te komen. Whoppah

bepaalt, zoals opgenomen in de algemene voorwaarden, ook wie gelijk heeft bij een conflict over de staat van een product na ontvangst of retournering.'

Link: <https://whoppah.com/pages/privacybeleid-en-gebruiksvoorwaarden> (hoofdstuk 8. Dispuutprocedure)

4.2 Inspringen bij problemen tussen consument en aanbieder

Veel platforms schieten in de praktijk vaak te hulp als consumenten problemen ervaren. Dit doen ze omdat zij het belangrijk vinden dat consumenten een prettige ervaring hebben op hun platform. Tevreden consumenten komen immers vaker terug. Platforms doen dit op allerlei manieren, bijvoorbeeld door het contact met de aanbieder over te nemen en administratieve handelingen voor de consument te vereenvoudigen, maar bijvoorbeeld ook door consumenten zelf tegemoet te komen of zelfs schadeloos te stellen.

Voorbeeld SnappCar:

'Als verhuurder is het van groot belang dat je zorgeloos jouw auto kunt verhuren. Het kan echter gebeuren dat een huurperiode een vervelende afloop kent, bijvoorbeeld omdat de huurder een verkeersboete heeft veroorzaakt. Als blijkt dat de huurder en de verhuurder dit niet onderling kunnen oplossen, draagt SnappCar de kosten. Hiermee zorgen we ervoor dat de verhuurder deze kosten niet zelf hoeft te betalen.'

Link: <https://support.snappcar.nl/hc/nl/articles/360002397497-Wat-gebeurt-er-als-als-ik-een-verkeersboete-krijg-die-door-een-huurder-is-veroorzaakt->

Voorbeeld Peerby:

'Peerby probeert regelmatig nieuwe functionaliteiten uit om de het gemak van het platform te vergroten. Vaak levert dit een betere ervaring op, maar soms slaan we de plank mis. Als dit onverhoopt tot misverstanden leidt voor onze gebruikers, bijvoorbeeld over de prijs of voorwaarden van een transactie, beslissen we in het voordeel van onze gebruikers. Daarnaast proberen we de functionaliteit te verbeteren om toekomstige misverstanden te voorkomen.'

Link: <http://peer.by/veranderingen>

Voorbeeld bol.com:

'Klanten van bol.com kunnen altijd terecht bij onze Nederlandssprekende klantenservice, die 24/7 bereikbaar is: telefonisch, via onze chatbot en via e-mail. Dit kan ook als zij een product hebben gekocht bij een andere aanbieder via bol.com. Als de klant een vraag heeft die de verkooppartner het beste kan beantwoorden (bijvoorbeeld over het aangekochte product) dan zorgt bol.com dat de klant in contact kan komen met de verkooppartner door naar zijn contactgegevens te verwijzen of door zelf het eerste contact op te pakken richting de verkooppartner. Dit gebeurt per mail of telefonisch. Als klant en verkooppartner er bij een klacht niet samen uitkomen, dan heeft bol.com een speciaal team service-experts die bemiddelen tussen beiden. Het kan daarbij voorkomen dat bol.com besluit de oplossing op zich te nemen, bijvoorbeeld het terugnemen van een retour en de vergoeding daarvan.'

Link: <https://partnerplatform.bol.com/help/klantvragen/service-door-partners>



Duurzame consumptie

Aandacht voor het milieu en duurzaamheid is een actueel onderwerp dat niet meer weg te denken is in de huidige maatschappij. Zowel consumenten als bedrijven houden zich bezig met milieu- en duurzaamheidsvraagstukken. Maatschappelijke betrokkenheid van platforms en aanbieders kan voor het vertrouwen van consumenten belangrijk zijn.

Platforms geven hier op uiteenlopende manieren invulling aan. De mogelijkheden die platforms hiertoe hebben, verschillen ook naar gelang de diensten die ze aanbieden. Zo bestaan er platforms die zijn opgericht vanuit duurzaamheidsoverwegingen. Zij zien duurzaamheid als speerpunt voor hun gehele dienstverlening. Andere platforms werken aan duurzaamheid door hun bedrijfsvoering zo duurzaam mogelijk in te richten of bijvoorbeeld door hergebruik van producten te stimuleren.

5.1 Hergebruik en delen van bezit

Duurzame consumptie is een thema dat in toenemende mate aandacht krijgt. Duurzaamheid kan bijvoorbeeld bevorderd worden door de reparbaarheid van producten makkelijker te maken of door hergebruik te stimuleren. De groei van platforms gaat hand in hand met de groei van de deeleconomie. Platforms in de deeleconomie zijn vaak opgericht met een expliciet duurzame missie, waarbij gebruik in plaats van bezit centraal staat. Door producten te delen hoeft er minder geproduceerd te worden, waarmee duurzaamheidswinst wordt geboekt. Consumenten zijn hierin belangrijke spelers, die met hun koop- en deelgedrag de circulaire economie een stap verder kunnen brengen.

Voorbeeld SnappCar:

‘Het Nederlandse straatbeeld wordt bepaald door de auto, en de stilstaande auto in het bijzonder. 95 procent van de auto’s staat 23 uur per dag stil. Dit is niet alleen zonde van de openbare ruimte, maar ook slecht voor het klimaat: bij het productieproces van een auto komt een grote hoeveelheid CO₂ vrij. SnappCar is opgericht om auto’s zo veel mogelijk te delen. Hiermee helpen we het klimaat en verdrijven we de stilstaande auto uit het straatbeeld.’

Link: <https://blog.snappcar.nl/2018/01/30/victors-visie-weg-naar-succes>

Voorbeeld Marktplaats:

‘Marktplaats is in 1999 begonnen vanuit de kringloopwinkelgedachte, maar dan online. Op Marktplaats krijgen producten een tweede, derde, vierde leven. Recent onderzoek wijst uit dat door handel op Marktplaats de levensduur van producten met 1,6x wordt verlengd. Daarmee wordt de CO₂-uitstoot verminderd vergelijkbaar met het verbruik van 40.000 huishoudens. Daarnaast bieden ondernemers op Marktplaats hersteldiensten aan, waardoor ook beschadigde producten een nieuw leven krijgen.’

Link: <https://marktplaatsperskamer.nl/2019/10/jaarlijks-600-miljoen-tot-1-miljard-kilo-minder-co2-uitstoot-door-tweedehands-handel>

5.2 Duurzame verpakking en bezorging

Bij platforms denken we vaak aan pakketjes en bezorging daarvan. Dit gaat alleen op voor platforms waarop fysieke producten gekocht kunnen worden, maar het is een heel tastbaar voorbeeld.

Consumenten hechten er vaak aan dat die bezorging zo duurzaam mogelijk plaatsvindt. Platforms kunnen hier op verschillende manieren op inspelen, bijvoorbeeld door te werken met duurzame verpakkingen of door de bezorging zo milieuvriendelijk mogelijk te laten plaatsvinden.

Voorbeeld Thuisbezorgd.nl:

‘Thuisbezorgd.nl wil graag op een ecologische en sociaal duurzame manier bezorgen. Het gebruik van e-bikes is een integraal onderdeel van onze duurzaamheidsstrategie. Onze eigen bezorgers krijgen in bijna alle steden een e-bike ter beschikking tijdens hun dienst. Daarnaast spoort Thuisbezorgd.nl partnerrestaurants aan om zoveel mogelijk milieuvriendelijke wegwerp-artikelen in te kopen door hen een breed scala aan FSC-gecertificeerde, gerecyclede en/of biologisch afbreekbare wegwerpartikelen aan te bieden. Sinds december 2019 zijn alle plastic wegwerpverpakkingen voor de levering van voedsel uit onze restaurantpartner-webshop verwijderd.’

Link: <https://www.emerce.nl/wire/amsterdam-28-november-2019-thuisbezorgdnl-partner-webshop-nu-plasticvrij>

Voorbeeld bol.com:

‘Bij bol.com worden in 2020 naar verwachting 7 miljoen artikelen niet meer ingepakt voor verzending. Wij zullen waar mogelijk de herken-

bare bol.com-doo's helemaal weg laten als het product zelf al een goede ‘omdoos’ heeft. Alleen voor breekbare of kwetsbare artikelen zullen wij een kartonnen doos gebruiken en in enkele gevallen opvullen. Daarnaast versturen wij sinds 2019 75 procent van de pakketjes zonder (gerecyclede) papieren opvulling. Dat is mogelijk dankzij verpakkingsmachines die pakketjes nog nauwkeuriger op maat maken én een nieuw vuladvies voor medewerkers die handmatig inpakken. Op deze manier wordt bespaard op verpakkingsmateriaal en zijn de pakketjes kleiner, waardoor er meer tegelijk mee kunnen in de bezorgbus. Ook is in 2019 het karton van de dozen verdund, zodat er minder karton per pakketje wordt gebruikt. Deze duurzame verpakkingsmaatregelen zijn onderdeel van de ambitie van bol.com om de CO₂-uitstoot per pakket terug te brengen naar nul gram in 2025.’

Link: <https://www.bol.com/nl/m/mvo/#logistiek-omgeving>

Voorbeeld Primephonic:

‘Primephonic maakt gebruikers bewust van het feit dat streamen in hogere geluidskwaliteit tot aanzienlijk hoger dataconsumptie leidt en daarmee tot extra kosten en milieubelasting. Daarnaast stelt Primephonic haar gebruikers in staat de audiokwaliteit aan te passen aan het netwerk. Zo kunnen ze bijvoorbeeld toch via een mobielnetwerk kosten besparen door automatisch een lagere geluidskwaliteit te hanteren.’

Colofon

Dit is een samenwerking van:
Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
Booking.com
bol.com
Marktplaats
Peerby
Primephonic
SnappCar
Thuisbezorgd.nl
TicketSwap
Whoppah

Juli 2020