

Vice-Eersteminister en
Minister van Werk, Economie en
Consumenten, belast met
Buitenlandse Handel



Vice-Premier Ministre et
Ministre de l'Emploi, de l'Economie et
des Consommateurs, chargé du
Commerce Extérieur

PERSMEDEDELING DOOR KRIS PEETERS
Vice-Eersteminister en
Minister van Werk, Economie en Consumenten,
belast met Buitenlandse Handel

Dinsdag 3 oktober 2017

Ongewenste abonnementen: één verkeerde klik en je bent 60 euro (of meer) kwijt

Vorig jaar ontving het Meldpunt van de federale overheid een duizendtal meldingen over ongewenste abonnementen: consumenten gaan in op een onschuldig en aanlokkelijk aanbod, maar hebben op een verdoken manier een ongewenst abonnement aan hun been.

Kris Peeters: "Wie zijn huis verlaat, zal dat zelden doen zonder de deur te sluiten. En bedrijven hebben vaker wel dan niet een alarminstallatie om ongewenste bezoekers buiten te houden. Dat zijn evidenties. Vreemd genoeg trekken we die voorzichtigheid niet door wanneer we online gaan. Duizenden mensen laten zich elk jaar vangen aan online fraude. Dat blijkt ook uit de actie die de FOD Economie onlangs opzette waarbij heel wat mensen in de val traptten. Om de strijd tegen cybercriminaliteit op te voeren, trekken we daarom 1 miljoen euro uit. Ik wil de FOD Economie en FSMA tenslotte de mogelijkheid geven om dergelijke frauduleuze websites sneller te laten blokkeren."

In 2016 ontving het Meldpunt van de federale overheid 977 meldingen over ongewenste abonnementen of abonnementsvalkuilen: consumenten gaan in op een onschuldig en aanlokkelijk aanbod, maar hebben op een verdoken manier een ongewenst abonnement aan hun been. Dat is bijna een verdubbeling ten opzichte van 2015 (599 meldingen). De stijging heeft ook te maken met de oprichting van het centrale Meldpunt in februari 2016, dat het voor consumenten eenvoudiger maakte om meldingen te doen. Bij 20 procent van de meldingen betaalde de consument voor het ongewenste abonnement en dat voor een gemiddeld bedrag van 60 euro. Andere meldingen kwamen van consumenten die het bedrog inzagen en niet in de val traptten.

Ongewenste abonnementen: hoe wordt de consument in de val gelokt?

Een consument ziet een mooi aanbod op sociale media of op een website om een gratis product te testen. Het lijkt onschuldig, maar door in te gaan op het aanbod verbindt hij zich aan een duur

abonnement op het product. Dit komt omdat de voorwaarden van de aanbieding zeer moeilijk te vinden zijn op de website en de consument de voorwaarden niet gelezen heeft.

Op een verdoken manier heeft de consument een abonnement dat hij niet wil. Hij stelt vast dat er de volgende maanden geld van zijn rekening verdwijnt en dat hij ongewenste pakjes krijgt toegestuurd. Daarnaast is er een reëel gevaar dat de producten die de consument krijgt helemaal niet werken of zelfs schadelijk zijn voor de gezondheid.

Ongewenste abonnementen gebeuren meestal met vermageringsproducten, voedingssupplementen, cosmetica- en verzorgingsproducten, ondergoed en (puzzel)boekjes.

Fictieve val als bewustmaking

Preventie is noodzakelijk, want deze vorm van misleiding wordt meestal via buitenlandse websites opgezet waardoor het niet evident is om de praktijk snel te doen stoppen.

De FOD Economie zette zelf een fictief ongewenst abonnement op. Via een advertentie op sociale media werd een gratis staal aangeboden van een zogezegd nieuw revolutionair vermageringsproduct. Maar wanneer de consument dit staal aanvroeg, kreeg hij de melding dat hij in de val gelopen was en kreeg hij meteen ook tips en advies.

De valse website die de FOD Economie ontwikkelde, vertoonde alle eigenschappen van een opleidingswebsite: valse foto's, valse reviews en een valse dokter. Allemaal bedoeld om de consument te misleiden. Om het gratis staal te bestellen, moest de consument de algemene voorwaarden aanvaarden die enkel helemaal onderaan de website te vinden zijn. In die voorwaarden stond nochtans het volgende: *Door de bestelling van een gratis aangeboden Tightcore-product engageert de Klant zich voor een jaarabonnement op het desbetreffend product tegen de "normale prijs" van 84 euro per maand zoals vermeld op Tightcore.be. De leverings-, reservatie- of administratieve kosten bedragen voor elke bestelling 22 euro.*

Op één maand tijd bezochten zo'n 2.000 consumenten de Tightcore-website via advertenties op Facebook. 118 (6 %) gingen over tot een bestelling en liepen dus in de val. Slechts 51 bezoekers (2,5 %) van de website bezochten de pagina met de algemene voorwaarden.

Met andere woorden: met een simpele website en slimme advertentie zaten 118 consumenten met een duur abonnement (84 euro/maand + 22 euro verzendingskosten per pakket) aan hun been. Als deze website effectief door een malafide organisatie was opgezet, hadden ze dus op één maand tijd 150.000 euro binnengehaald.

Drie tips om niet in val te trappen

- **Lees de voorwaarden, hoe klein ze soms ook vermeld zijn.** Neem alle informatie over het product of de dienst zoals de kenmerken en de prijs grondig door vooraleer u een bestelling plaatst.
- Ga na of de **contactgegevens van de verkoper/onderneming** zoals adres, telefoonnummer en ondernemingsnummer op de website staan. Als je nergens informatie vindt over de onderneming die achter de website zit, koop je er beter niets.
- **Check de reputatie van de website.** Google de naam van de website samen met trefwoorden zoals bedrog, fraude of oplichting. Als het om een dubieuze site gaat, zal je snel zoekresultaten tegenkomen die dit vermelden.

De FOD Economie zal de komende maanden een online preventiecampagne houden om consumenten te informeren en sensibiliseren over ongewenste abonnementen.

Consumenten kunnen ongewenste abonnementen en andere vormen van bedrog, misleiding of oplichting melden via meldpunt.belgie.be . Op de website van de FOD Economie staat nog meer informatie over [ongewenste abonnementen](#).

Sensibilisering en websites blokkeren

Eerder besliste Vice-eersteminister en minister van Economie en Consumenten Kris Peeters om 1 miljoen euro vrij te maken voor de strijd tegen online fraude. De regering keurde dit, op zijn voorstel, goed in het kader van de themaministerraad veiligheid. De noodzaak om te investeren in cyberveiligheid blijkt onder andere uit een onderzoek van de FOD Economie waarbij ze zelf een fictieve website opzette die mensen lokte om een ongewenst abonnement aan te gaan.

Er zal vooral gefocust worden op massafraude en beleggingsfraude. De komende weken zal een werkgroep met medewerkers van het kabinet, de FOD economie, de FSMA en andere betrokken diensten bekijken welke campagnes uitgewerkt kunnen worden.

Daarnaast wil minister Kris Peeters de mogelijkheid geven aan de FSMA ende FOD Economie om sneller frauduleuze websites te laten blokkeren.