

Geweldig eten, zegt de neprecensie

[Jan Benjamin](#) Leestijd 4 minuten

Een pakketbezorgingsbusje in Utrecht. Foto Egbert Hartman

„Eerlijk en deskundig!“, juicht een enthousiaste klant. „Mensen met vakkennis. Goede en eerlijke prijzen!“, zegt een ander. De digitale klanten van de Haagse onlinegoudinkoper zijn unaniem positief. De webshop krijgt een 8,9 „op basis van 254 beoordelingen“.

Zo gebruikt de inkoper van goud en munten de reacties van zijn klanten als reclame. En dat doen veel meer webwinkels. Maar zijn die wel echt? De Haagse inkoper kreeg twee jaar geleden [een reprimande](#) van de Reclame Code Commissie (RCC): de overdreven positieve reacties op de site zijn nep, een negatieve reactie werd gewist.

Staatssecretaris Mona Keijzer (Economische Zaken, CDA) pleit nu voor een verbod op het (laten) plaatsen van valse consumentenbeoordelingen. Op webwinkels, maar ook op vergelijkingssites als TripAdvisor. Het is een onderdeel van een veel breder concept-wetsvoorstel waarop betrokkenen sinds vrijdag kunnen reageren.

„Wat voor consumenten in de fysieke wereld geldt, moet voor hen ook online gelden“, schrijft Keijzer in een toelichting. „Te vaak is informatie bij zowel sociale media, digitale platforms en webwinkels nog onvolledig, onduidelijk of soms zelfs misleidend.“ Ze pleit voor modernisering en betere handhaving van de regels voor consumentenbescherming. Aanbieders die de regels overtreden riskeren een boete van minimaal 4 procent van de omzet.

1 Waarom wil Keijzer dit nu?

Het voorstel vloeit voort uit een Europese richtlijn voor betere bescherming van digitale consumenten. De richtlijn moet in november 2021 zijn geïmplementeerd en vanaf mei 2022 van kracht zijn in de hele EU.

Zeker nu veel mensen thuis zitten en de online consumentenbestedingen in [het tweede kwartaal zijn gestegen](#), is het belangrijk dat mensen weten hoe betrouwbaar de beoordelingen zijn van producten en diensten die ze online vinden, stelt brancheorganisatie Thuiswinkel.org. Die reacties vormen vaak een houvast bij de aanschaf.

In het tweede kwartaal kochten consumenten in Nederland voor 6,36 miljard euro online; dat is 12 procent meer dan in hetzelfde kwartaal in 2019.



[Lees ook: Dozen, dozen en nog meer dozen](#)

Met name aan doe-het-zelfspullen, tuinartikelen en levensmiddelen werd zoveel besteed dat het de daling in het segment reizen en tickets compenseerde.

2 Wat gaat er veranderen?

Het wetsvoorstel is breed. Maar veel betreft een betere informatievoorziening aan consumenten. Webwinkeliers moeten vooral eerlijk zijn: zo krijgen ze straf als ze liegen over acties als 'van 35 euro voor 20 euro'. Vaak, zegt een woordvoerder van de Consumentenbond, stellen winkeliers die 'van-prijs' te hoog voor en overdrijven ze zo de korting die je krijgt. „Dat hebben we al vaak aan de orde gesteld, maar nu wordt het verbod opgenomen in de wet.”

Webshops moeten er alles aan doen om valse reviews te blokkeren. Zeker als ze die gebruiken als reclame. Betalen voor beoordelingen ('Schrijf een recensie van het boek dat u kocht en maak kans op een boekenbon') wordt aan banden gelegd. En negatieve recensies mogen ze niet meer verwijderen.

Digitale platforms moeten consumenten ook laten weten wie verantwoordelijk is voor de levering en het afhandelen van retourzendingen. Dat geldt bijvoorbeeld voor bol.com dat de afgelopen jaren steeds meer is gaan fungeren als marktplaats en allerhande zaken doorverkoopt van kleinere aanbieders. Bij brancheorganisatie Thuiswinkel.org zijn zo'n tachtig van dergelijke platforms aangesloten. Volgens het CBS telt Nederland ruim 50.000 (grote en kleine) webwinkels.

Websites moeten het ook vertellen als een product of dienst hoog in de zoekresultaten staat omdat een leverancier daarvoor heeft betaald.

Consumentenrechten gelden ook voor 'gratis' digitale diensten, benadrukt Keijzer in haar toelichting. Gratis tussen aanhalingstekens, omdat de digitale consument niet met geld maar met zijn of haar persoonsgegevens betaalt. Die gebruikt de aanbieder van bijvoorbeeld gratis mobiele games voor onder meer marketing.

Consumenten krijgen het recht om binnen veertien dagen een overeenkomst met bijvoorbeeld een gameaanbieder te beëindigen. „Op dat moment“, stelt de staatssecretaris, „moeten zij ook hun persoonsgegevens ‘terugkrijgen’“. Wat wil zeggen dat de aanbieder de verwerking hiervan stopt en deze verwijdert.“ Hoe dat moet worden gecontroleerd is nog onduidelijk.

3 Waarom is dit nodig?

Het plaatsen van neprecensies is kinderspel, [concludeerde de Consumentenbond vorig jaar](#). En drie jaar geleden toonde een Britse journalist van [onlinepublicatie Vice](#) aan hoe gemakkelijk aanbevelingssite TripAdvisor te foppen is. Hij begon een neprestaurant, met mooie, maar valse foto's (scheerschuim in plaats van slagroom, geen chocoladesaus maar zwarte verf). Vrienden liet hij positieve reacties plaatsen en vervolgens stroomden de reserveringen binnen.

TripAdvisor meldde vorig jaar in zijn [eerste Transparency Report](#) dat het in 2018 100 procent van alle geplaatste klantenbeoordelingen vooraf heeft gescand; dat betreft 66 miljoen reacties. Daarvan was 2 procent „frauduleus“.

Onduidelijk is hoe groot de schade van dergelijke valse recensies is. Het ministerie van Economische Zaken, de Consumentenbond en Thuiswinkel.org zeggen dat het te moeilijk is om precies in kaart te brengen. „Excessen zijn er altijd maar wordt er groot en massaal gefraudeerd? Ik denk het niet“, zegt Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org. „Dat zouden de grote partijen niet toelaten. Dat is *killing* voor het vertrouwen van de consument.“

4 Wat zijn de gevolgen?

Online-aanbieders moeten meer werk maken van hun informatievoorziening. Webwinkels als bol.com, Booking.com en

Wehkamp.nl zouden altijd alleen de kopers van de producten kunnen laten reageren. Een woordvoerder van bol.com zegt dat de webwinkel ervan uitgaat dat het al aan alle informatieregels voldoet.

Voor websites die restaurants vergelijken is het lastiger om te voldoen aan de nieuwe regels. Betrekken zij reacties van restaurants die zelf verzamelen wat hun gasten vonden van het eten, dan valt relatief eenvoudig te controleren of iemand klant is geweest. Zeker als restaurants in het kader van het coronabeleid persoonsgegevens van al hun gasten moeten registreren. Laten restaurantsites bezoekers ongecontroleerd klagen over het koude eten of de geweldige ambiance prijzen, dan moeten de vergelijkingssites veel meer actie ondernemen om hun reviews te checken. „Maar we moeten niet roomser willen zijn dan de paus”, zegt Wijnand Jongen van Thuiswinkel.org. „De maatregelen moeten wel proportioneel zijn.” Vaak, suggereert hij, kan een informatiepagina bij de reacties al afdoende zijn.

Een woordvoerder van Google Nederland zegt dat beoordelingen op Google Maps al aan een lange lijst regels moeten voldoen. „Reviews worden automatisch verwerkt om ongepaste content op te sporen. Daarnaast kunnen gebruikers valse reviews markeren, vergelijkbaar met hoe dat werkt op YouTube.” Recensies bij producten in Google Shopping zijn afkomstig van andere sites, benadrukt de woordvoerder. En dat wordt ook vermeld.

Als alle EU-lidstaten de nieuwe regels hebben opgenomen in de lokale wet – Nederland loopt in dit dossier voorop – zijn de klanten van Europese webwinkels beter beschermd. De regels gaan echter niet op voor Amerikaanse en Chinese webwinkels.

NRC Future Affairs

De spannendste stukken over de toekomst van tech, economie, klimaat en megatrends

