

SMS-Nieuwsbrief



Volgens het systeem van de Gedragscode SMS-Dienstverlening spreekt een operator de SMS-Dienstverlener aan op geconstateerde of vermeende overtredingen van de gedragscode. De SMS-Dienstverlener en de Content Provider hebben dan twee dagen de tijd om de dienst aan te passen of te staken. Gebeurt dat niet, dan moet de operator de zaak aan de Commissie Handhaving voorleggen.

Inhoudsopgave

p. 1 t/m 5: Overzicht van de afgehandelde cases tot januari 2009;

Afgehandelde cases tot januari 2009

Case #1: overschrijven van SMS-berichten

Een operator kreeg een klacht van een eindgebruiker dat een SMS-bericht was verdwenen uit de 'inbox' van zijn mobiele telefoon. De operator testte de dienst en kwam er achter dat de aanmeldbevestiging (die conform artikel 11.2 van de gedragscode werd gestuurd) werd gewist uit de 'inbox' zodra de eerste SMS als onderdeel van de dienst werd ontvangen. Hierdoor had de eindgebruiker niet meer direct toegang tot essentiële informatie rondom de dienst, waaronder de gegevens over hoe zich af te melden.

De operator beschouwde dit als een ernstige inbreuk op de gedragscode en legde daarop direct een klacht neer bij de betreffende SMS-Dienstverlener. De Content Provider liet weten dat het overschrijven van de aanmeldbevestiging een gevolg was van een verkeerde instelling in de software die door de Content Provider werd gebruikt. Binnen twee dagen werd deze instelling aangepast.

Case #2: diverse klachten over spam

Diverse operators kregen klachten van eindgebruikers over het ontvangen van spam. De eindgebruikers kregen SMS-berichten waar zij niet om hadden gevraagd. In de meeste gevallen ging het om logo's van bedrijven. De operators spraken allen individueel de betreffende SMS-Dienstverlener aan en verzochten de SMS-Dienstverlener om de dienstverlening te beëindigen, maar ook om de log-gegevens van de klagende eindgebruikers.

Deze nieuwsbrief wordt maandelijks uitgegeven onder de verantwoordelijkheid van de stichting SMS-Gedragscode. Het doel van de stichting is om de naleving van de Gedragscode SMS-Dienstverlening te bevorderen. Deze nieuwsbrief probeert een bijdrage aan die doelstelling te leveren door inzichtelijk te maken voor betrokken partijen wat de partijen bij de gedragscode hebben ondernomen om ervoor te zorgen dat de code wordt nageleefd. De uitleg die aan de code wordt gegeven in de dagelijkse praktijk wordt daardoor toegankelijker en transparanter. Het bestuur van de stichting SMS-Gedragscode vertrouwt erop dat dit een bijdrage levert aan de naleving van de code.

Redactie: Heerd Jan
Hoogeveen

De betreffende SMS-Dienstverlener reageerde niet snel genoeg. De gedragscode schrijft voor dat log-gegevens binnen drie dagen na ontvangst van het verzoek moeten worden overgelegd aan de operator. Wordt dat niet gedaan, dan mag de operator ervan uitgaan dat de eindgebruiker niet heeft gevraagd om de betreffende dienst en moet de SMS-Dienstverlener de kosten terugbetalen. Bovendien moet de operator de zaak voorleggen aan de Commissie Handhaving. Vodafone en T-Mobile hebben dat gedaan en de Commissie heeft een uitspraak gedaan in die zaak: de SMS-Dienstverlener moest advertenties plaatsen om eindgebruikers erop te wijzen dat zij wellicht recht hadden op teruggaaf van onterecht geïncasseerde SMS-kosten. De volledige uitspraak is te lezen op www.smsgedragscode.nl/uitspraken.

Case #3: blokkade dienstenfilter

Verschillende eindgebruikers klaagden bij een operator dat zij premium diensten bleven ontvangen, ook nadat zij het SMS-dienstenfilter hadden ingeschakeld. Het bleek om een tweetal SMS-Dienstverleners te gaan. Die dienstverleners werden hierop aangesproken door de operator. Het bleek om technische instellingen te gaan die niet goed werkten, waardoor het kon voorkomen dat het filter niet goed werkte. De instellingen werden tijdig aangepast, zodat het filter wel weer 100% functioneerde. De eindgebruikers werden schadeloos gesteld voor de onterrecht ontvangen berichten.

Case #4: als een telefoonabonnement is beëindigd

Als een abonnement is beëindigd, of als een prepaid nummer gedurende langere tijd niet meer wordt gebruikt, gaat het nummer weer terug naar de operator. De operator laat het nummer een tijdje 'afkoelen' alvorens het weer uit te geven aan een andere eindgebruiker. Het gebeurt vaak dat eindgebruikers dan niet hun abonnementen afzeggen. Wat ook kan gebeuren is dat een eindgebruiker zijn nummer heeft aangemeld voor het SMS-dienstenfilter en zich daar niet voor afmeldt alvorens het gebruik van het nummer te staken. Dan kan het voorkomen dat een nieuwe gebruiker, die het nummer na de afkoelingsperiode krijgt, geen SMS-diensten kan afnemen. Sommige eindgebruikers vinden dat prima, anderen merken het niet eens, maar er zijn veel mensen die met plezier van SMS-diensten gebruik maken en die er last van hebben. Operators informeren SMS-Dienstverleners daarom welke nummers niet meer gebruikt worden en worden 'afgekoeld'. De SMS-Dienstverlener moet er dan voor zorgen dat die nummers uit het filter worden gehaald. Dat is een verplichting uit de SMS-Gedragscode.

Een operator kreeg een klacht van een eindgebruiker dat die geen diensten kon afnemen. Na uitgebreid onderzoek bleek het probleem uiteindelijk in het ingeschakelde SMS-dienstenfilter te liggen: de SMS-Dienstverlener had verzuimd om het nummer uit het filter te verwijderen gedurende de afkoelingsperiode.

De operator sprak de SMS-Dienstverlener erop aan. Die liet weten dat hij dit deel van het werk in eerste instantie had uitbesteed aan een onderaannemer, maar dat hij dit weer zelf op zich zou nemen om problemen in de toekomst te voorkomen. De klacht was daarmee afgehandeld.

Case #5: een onreglementaire chatdienst

Een operator kreeg een klacht van een eindgebruiker over een chatdienst. Bij onderzoek bleek dat op marktplaats.nl werd geadverteerd voor de dienst, maar dat daarbij allerlei essentiële informatie ontbrak. Er werd namelijk eerst met een regulier mobiel nummer SMS-berichten uitgewisseld, waarna werd voorgesteld om de chat voort te zetten via een shortcode. Het tarief werd noch in de advertentie, noch in de wisseling van SMS-berichten genoemd. De eindgebruiker had inmiddels een aanzienlijke telefoonrekening opgebouwd.

De operator sloot onmiddellijk het reguliere mobiele nummer af en sprak de SMS-Dienstverlener aan op het misleidende karakter van de dienst. De SMS-Dienstverlener liet binnen de gestelde termijn van twee dagen de advertentie van marktplaats.nl halen en zorgde ervoor dat de eindgebruiker volledig schadeloos werd gesteld.

Case #6: chatdienst

Een operator constateerde dat bij een chatdienst gevraagd werd om een bij aanmelding een bepaald keyword te sturen. Het betreffende keyword was echter niet terug te vinden in de database op www.smsgedragscode.nl. Dat is in strijd met de SMS-gedragscode. Bij het testen van de dienst constateerde de operator bovendien dat het sturen van één bericht resulteerde in het sturen van drie retourberichten van € 1,50 per bericht. Uitgangspunt is dat bij chatdiensten een maximum van twee betaalde berichten retour mag worden gestuurd voor iedere SMS die de eindgebruiker zelf stuurt. Anders zou er sprake kunnen zijn van een abonnementsdienst.

De operator diende daarom over beide genoemde punten een klacht in bij de SMS-Dienstverlener. Die liet de dienst binnen de gestelde termijn aanpassen en zegde toe iedere eindgebruikerschadeloos te zullen stellen.

Case #7: geen aanmeldbevestiging

Een eindgebruiker klaagde dat hij ongewenst een abonnement had op een dienst. De operator vroeg bij de SMS-Dienstverlener de log-gegevens op. Daaruit bleek dat de eindgebruiker geen aanmeldbevestiging had ontvangen. De SMS-gedragscode vereist dat een eindgebruiker een aanmeldbevestiging ontvangt en dat een dienst eerst mag worden verleend als de eindgebruiker 'ok' heeft ge-smst vanuit zijn mobiele telefoon. Omdat de SMS-Dienstverlener niet kon aantonen dat er een aanmeldbevestiging was verzonden, moest hij de eindgebruiker schadeloos stellen.

Case #8: is het een dienst? Is het gratis?

De Consumentenautoriteit maakte een van de operators erop attent dat er op een bepaalde website een dienst werd aangeboden op een wijze die strijdig zou zijn met de SMS-Gedragscode. De operator controleerde de uiting en constateerde dat er inderdaad een probleem was: op de site was het mogelijk om een prijs te winnen, maar het was niet duidelijk dat men wel een SMS-abonnement zou moeten afsluiten

om mee te kunnen doen. Bovendien was onduidelijk op wat voor soort dienst het abonnement betrekking had.

De operator diende de klacht in bij de SMS-Dienstverlener. Die liet tijdig – binnen twee dagen – de dienst aanpassen, zodat er geen verzoek om handhaving bij de Commissie Handhaving hoefde te worden ingediend.

Case #9: afmelden

Een eindgebruiker meldde zich bij zijn operator met het verzoek om te helpen zich af te melden voor een abonnementsdienst. De eindgebruiker had de dienst aangevraagd, maar zichzelf daarna direct weer willen afmelden. De eindgebruiker had echter niet exact het goede afmeldcommande gebruikt. De SMS-Gedragscode vereist echter dat ‘niet succesvolle afmeldingen’ worden beantwoord met een SMS waarin in ieder geval het telefoonnummer van de helpdesk wordt vermeld. De eindgebruiker had die SMS niet ontvangen. De SMS-Dienstverlener kon in ieder geval niet aantonen dat die SMS wel was verstuurd.

De operator sprak de SMS-Dienstverlener hierop aan. De SMS-Dienstverlener zegde toe om ervoor te zorgen dat dergelijke berichten in de toekomst wel zouden voor verstuurd. Bovendien werd de eindgebruiker schadeloos gesteld voor de berichten verstuurd na de eerste afmeldpoging.

Case #10: aanmeldscherf

De reclamecode voor SMS-diensten, die onderdeel uitmaakt van de SMS-Gedragscode, geeft regels waar aanmeldschermen aan moeten voldoen. Een operator constateerde op een website dat het aanmeldscherf niet de naam en het adres van de aanbieder vermeldde, noch de contactgegevens van de klantenservice. De reclamecode vereist dat die gegevens wel worden vermeld. De operator sprak de SMS-Dienstverlener hierop aan. Die zorgde er vervolgens voor dat het aanmeldscherf binnen twee dagen zodanig werd aangepast dat het wel voldeed.

Case #11: aanmeldscherf

Een operator constateerde dat het aanmeldscherf van een andere dienst ook niet voldeed aan de eisen van de reclamecode. Nu ging het om de bepalingen dat alle voorwaarden die zijn verbonden aan de dienst in het computerscherf zichtbaar moeten zijn – zonder scrollen. Bovendien was het woord ‘abonnementsdienst’ te klein vermeld: dit mag niet kleiner dan 33% van de lettergrootte van de titel zijn. De operator sprak de SMS-Dienstverlener hierop aan. Die paste de dienst tijdig aan.

Case #12: Nederlandse muziek downloaden

Een SMS-Dienstverlener bood een dienst aan die eruit bestond dat de eindgebruiker alle 13 nummers van een CD van een bekende Nederlandse artiest kon downloaden, tegen een tarief van € 1,50 per nummer. Dat tarief was vermeld. Wat echter niet was vermeld, waren de totale kosten voor de dienst: 13 maal € 1,50 en de kosten voor het gebruik van de mobiele telefoon. De reclamecode vereist echter dat bij een eenmalige

dienst niet alleen de kosten per SMS, maar ook het totale tarief wordt vermeld. Een van de operators sprak de SMS-Dienstverleners hierop aan. De dienst werd binnen de gestelde termijn van twee dagen aangepast.

Case #13: een spelcomputer winnen

Een Content Provider bood een abonnementsdienst aan die was gekoppeld aan een spelletje waarbij een Wii-spelcomputer kon worden gewonnen. Wie aan het spelletje meedeed en kans wilde maken op de Wii, moest zich wel eerst abonneren. De Consumentenautoriteit maakte een van de operators erop attent dat de manier waarop de Content Provider zijn aanbod deed, in strijd was met de SMS-Gedragscode. Zo was de kleurstelling van de advertentie misleidend, ontbrak de mededeling dat het om een advertentie ging en was essentiële informatie over de dienst niet direct zichtbaar in het scherm, dus zonder te scrollen. Daarnaast waren de gegevens in de on-line databank op www.smsgedragscode.nl niet correct.

De operator controleerde de bevindingen van de Consumentenautoriteit en kwam tot de conclusie dat die correct waren. De operator maande daarop de SMS-Dienstverlener en de Content Provider om ervoor te zorgen dat binnen 2 dagen de dienst in overeenstemming met de SMS-Gedragscode werd aangeboden. Aan die eis werd voldaan.

Het bestuur van de Stichting SMS-Gedragscode

Deze nieuwsbrief wordt uitgegeven door de Stichting SMS-Gedragscode. Het bestuur bestaat uit de volgende personen:

Jilles van den Beukel (voorzitter)

Jilles werkt bij de afdeling Legal & Regulatory van KPN.

Arthur de Lange (vice-voorzitter)

Arthur is commercieel directeur van SMS-Dienstverlener Telefuture.

Karel Tempelaar (penningmeester)

Karel is Chief Financial Officer van Content Provider Blink.

Het bestuur wordt ondersteund door secretaris Heerd Jan Hoogeveen (NeoDyn).