

BONDSRAADSWIJZER 2018

De Bondsraadswijzer (BR-wijzer) biedt leden van de Bondsraad praktische en inhoudelijke informatie die bij het Bondsraadswerk van nut kan zijn. Dit is de twaalfde herziene versie van de Bondsraadswijzer.

De Bondsraadswijzer helpt u bij de kennismaking met de organisatie en het werk van de Bondsraad. U kunt de Bondsraadswijzer gebruiken als naslagwerk voor alle onderdelen van het Bondsraadswerk met inbegrip van de meer algemene aspecten van de consumentenbelangenbehartiging in Nederland en daarbuiten (hoofdstuk 6 en 7).

De Bondsraadswijzer is geen standpuntenboek. In enkele hoofdstukken zijn weliswaar beleidsopvattingen verwoord, om Bondsraadsleden van enkele belangrijke strategiepunten op de hoogte te stellen, maar volledigheid is niet nagestreefd.

Voor een overzicht van de beleidsvoornemens van de Consumentenbond wordt verwezen naar de laatste strategienota.

Gebruiksaanwijzing

De Bondsraadswijzer kan gelezen worden als een inleiding bij het werk van de Bondsraad. De Bondsraadswijzer is een onlinedocument. Wilt u iets opzoeken, dan kunt u simpel klikken in de inhoudsopgave op het onderwerp van uw keuze.

Naast de Bondsraadswijzer kunt u praktische informatie vinden op BRnet (alleen toegankelijk voor Bondsraadsleden), o.a. het declaratieformulier en informatie over de functies en commissies huidige Bondsraad.

De Bondsraadswijzer is met zorg samengesteld. Aan de inhoud kunnen geen rechten worden ontleend. Voor de exacte formulering van besluiten en regels verwijzen wij u naar de betreffende verslagen, nota's, statuten en reglementen. Waar mogelijk en/of van toepassing is een bronvermelding opgenomen.

Uw suggesties en commentaar zijn altijd welkom. U kunt ze sturen naar: vereniging@consumentenbond.nl.

INHOUDSOPGAVE

1. Vereniging Consumentenbond	3
1.1. Historie Consumentenbond	3
1.2. Verenigingsstructuur	7
1.2.1. De Bondsraad	7
1.2.2. De Raad van Toezicht.....	7
1.2.3. De Directie.....	7
1.2.4. Het Bondsbureau	7
1.2.5. Onderlinge relaties.....	7
1.3. Vereniging en bedrijf	8
2. Bondsraad	9
2.1. Bondsraad als gekozen orgaan.....	9
2.1.1. Kiesrecht	9
2.1.2. Selectiecriteria Bondsraad.....	9
2.1.3. Bondsraadslidmaatschap	9
2.2. Bevoegdheden Bondsraad	10
2.2.1. Beleid en financiën.....	10
2.2.2. Verkiezen, ontslaan en schorsen Raad van Toezicht	11
2.2.3. Overige bevoegdheden	11
2.3. Vergaderingen Bondsraad	11
2.3.1. Vergaderprocedures.....	11
2.3.2. Vaste en periodieke agendapunten	13
2.3.3. Besluitvorming	13
2.4. Commissies van de Bondsraad.....	14
2.4.1. Bondsraadscommissie (BC).....	14
2.4.2. Andere commissies	14
2.4.3. De Verkiezingscommissie (VC)	14
2.5. Discussieavonden	14
3. Bureau	15
3.1. Rol van het bureau	15
3.2. Content, Media & Advies	15
4. Regelgeving	18
4.1. Wettelijke bepalingen	18
4.1.1. Statuten	18
4.1.2. Reglementen.....	18
4.2. Verenigingsstructuur	19
5. Praktische zaken.....	20
5.1. Het indienen van declaraties.....	20
5.1.1. Uitbetaling declaraties.....	20
5.1.2. Reiskosten en vergadervergoeding.....	20
5.1.3. Bondsraadslidmaatschap en belastingdienst.....	20
5.2. Verenigingscorrespondentie en klachtenbehandeling.....	20
5.3. Verzekeringen.....	21
5.4. Gratis abonnementen en overige informatie	21
5.4.1. Gratis bladen	21
5.4.2. Boeken.....	21
5.5. Afdeling Verenigingszaken	21
6. Consumentenbelangenbehartiging in Nederland.....	22
6.1. Schets ontwikkelingen	22
6.1.1. Maatschappelijke trends	22
6.1.2. Het consumentisme	22
6.1.3. De wortels van de consumentenbeweging.....	23
6.1.4. Het Nederlandse consumentenbeleid	25
6.2. Andere consumentenorganisaties in Nederland	27
7. Internationale consumentenbeweging	29
7.1. Europese ontwikkelingen	29
7.2. Europese belangenbehartiging	30
7.2.1. Nationale organisaties	30
7.2.2. Overkoepelende organisaties: BEUC, CI, ICRT.....	32
7.2.3. Stichting Anne Fransen Fonds	32

1. Vereniging Consumentenbond

Dit hoofdstuk bevat de geschiedenis van de Consumentenbond in vogelvlucht; hoe de vereniging na de oprichting begin jaren vijftig van de vorige eeuw uitgroeide tot de grootste algemene Nederlandse belangenbehartigingsorganisatie voor consumenten, met bijna 447.000 leden (stand 31 december 2017). Daarna volgt een overzicht van de verschillende verenigingsorganen van de Consumentenbond.

1.1. Historie Consumentenbond

Maatschappelijke omstandigheden

De periode na de Tweede Wereldoorlog wordt gekenmerkt door een groeiende machtspositie van de producent tegenover de consument. Na de jarenlange schaarste is iedereen tevreden met wat er is. Dit leidt tot achterstelling van individuele wensen bij het algemeen belang: de economie van ons land moet eerst weer op de rails worden gezet. Het is de tijd van de wederopbouw. Het economische beleid is van meet af aan gericht op het herstel van de oorlogsschade, het op peil brengen van de productie en het vinden van nieuwe afzetmarkten. Het beleid is zeer sterk gericht op het aanbod.

Start Consumentenbond

Deze onevenwichtige marktsituatie veroorzaakt bij een aanvankelijk kleine groep mensen de behoefte om op te komen voor de belangen van de consument. Via een krachtige organisatie van consumenten wil men sterker staan ten opzichte van de producenten. Met deze drijfveer wordt op 14 januari 1953 de Stichting Nederlandse Consumentenbond opgericht. Een jaar later wordt de stichting omgezet in een vereniging. De eerste uitgave van de Consumentengids verschijnt in april 1953. In die eerste jaren heeft de Consumentenbond nog weinig financiële armslag; subsidieverzoeken worden afgewezen en het kleine ledenbestand levert onvoldoende contributiegelden op. De Consumentengids moet zich daardoor beperken tot het uiten van kritiek en het signaleren van misstanden. Slechts op zeer kleine schaal kan de Consumentenbond testinformatie aanbieden.

Gestage groei

Tegen het einde van de jaren vijftig begint de Consumentenbond gestaag te groeien. Het aantal leden neemt toe van 141 eind 1953 tot 6800 in 1957. Er komt een samenwerking met de vakbeweging tot stand. Internationale samenwerking wordt een feit met de oprichting van de International Organisation of Consumer's Unions (IOCU) en het Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC).

Lexington-affaire

In 1962 breekt de Consumentenbond door. De publicatie van een slecht testresultaat voor Lexingtonsigaretten leidt ertoe dat de verkoop van dat merk sigaretten instort. De importeur spant hierna een rechtszaak aan met de onderzoeksmethodiek als inzet. De Consumentenbond verliest. De pers meet deze zaak breed uit. De kleine Consumentenbond die zich te weer stelt tegen de grote fabrikant wint ieders sympathie. Het ledental verdubbelt binnen enkele maanden van 25.000 tot 50.000. Een aantal dat in 1966 al is gegroeid tot 100.000 leden.

Toenemende mondigheid

In de jaren zestig groeien het aanzien en de waardering voor de Consumentenbond als gesprekspartner. Een tijd van sterke economische groei breekt aan. Onder invloed van democratisering en toenemende inspraak wordt de ruimte voor het individu en zijn wensen groter. Deze ommezwaai uit zich in een kritischer en mondigere opstelling tegenover onder andere overheid en bedrijfsleven. Dit leidt tot een stijging van het ledental van de Consumentenbond. Professionele betaalde medewerkers nemen

geleidelijk de plaats in van de vrijwilligers. De Consumentenbond telt in die periode ongeveer 20 personeelsleden.

Nieuwe producten

In 1967 start de Consumentenbond met zijn individuele ledenservice, in 1969 met rechtsbijstand in principiële geschillen. Het groeiende aantal leden, dat in 1969 is opgelopen tot ongeveer 250.000, leidt tot een toename van het aantal bureaumedewerkers. In 1970 wordt, in samenwerking met enkele brancheorganisaties, de Stichting Consumentenklachten opgericht. Deze overkoepelende organisatie voor geschillenbeslechting functioneert nog steeds, tegenwoordig onder de naam De Geschillencommissie en faciliteert de geschillencommissies van de Stichting Geschillencommissies voor Consumentenzaken ([SGC](#)) en de Stichting Geschillencommissies voor Beroep en Bedrijf ([SGB](#)). In de jaren zeventig brengt de Consumentenbond, naast de maandelijks verschijnende Consumentengids, voor de leden twee nieuwe kwartaalbladen uit over reizen en geld: de Consumentengeldgids en de Consumentenreisgids.

Consolidatie

In het volgende decennium groeit de Consumentenbond verder uit tot een volwaardige gesprekspartner voor overheid en bedrijfsleven. De Consumentenbond wordt als onafhankelijke en inhoudelijk deskundige organisatie steeds vaker uitgenodigd voor optredens op radio en televisie. Naast de Consumentengids, Reisgids en Geldgids verschijnen er veel andere publicaties over uiteenlopende onderwerpen. Na een kortstondige daling in de tweede helft van de jaren tachtig trekt het ledental eind jaren tachtig, begin jaren negentig weer aan. Verderop in de jaren negentig stabiliseert het ledental zich. In 1995 verhuist de Consumentenbond uit het omgebouwde fabrieksgebouw aan het Leeghwaterplein in Den Haag naar een nieuw, eigen pand: Enthovenplein 1, Den Haag. De opening van het nieuwe gebouw wordt verricht door Z.K.H. Prins Willem Alexander.

Herpositionering

In 1996 en 1997 komt de Consumentenbond in een crisis. Het aantal leden loopt terug en ook de subsidies van de overheid nemen drastisch af. Daarom ontwikkelt de Consumentenbond een herpositioneringsstrategie en reorganiseert het bureau. De Consumentenbond wil zich enerzijds als informatieaanbieder op deelmarkten profileren, waar men de organisatie nog onvoldoende kent. Anderzijds wil de Consumentenbond werken aan een betere beeldvorming van de Consumentenbond bij een groter publiek. In 1998 en 1999 stabiliseert het ledenaantal van de Consumentenbond zich.

Nieuwe strategie 2003

In 2003 bestaat de Consumentenbond 50 jaar. Voorafgaand aan dit jaar wordt in de nieuwe strategienota bepaald dat de Consumentenbond de kwaliteit van het lidmaatschap zal verhogen. De leden kunnen gaan kiezen uit verschillende soorten lidmaatschappen, individueel advies en concrete ledenvoordelen. Ook zullen de leden meer betrokken worden bij de maatschappelijke activiteiten en bij de informatievergaring ten behoeve van de onderzoeken. Andere onderdelen van deze strategie zijn het volgen van prijsontwikkelingen, het bieden van onafhankelijke keuze-informatie, het verbeteren van de bereikbaarheid van de Consumentenbond en het leveren van bijdragen aan een sterkere positie van de diverse andere consumentenorganisaties in Europa. Toegenomen concurrentie via internet, een economisch mindere tijd en een veranderende samenleving leiden tot een toenemende druk op het ledenaantal. De Consumentenbond wil de ledendaling een halt toeroepen door te kiezen voor een duidelijk gezicht: de Consumentenbond wil in de eerste plaats een onafhankelijke testorganisatie zijn; de standpunten van de Consumentenbond zijn gebaseerd op onderzoek.

In de tweede plaats concentreert de Consumentenbond zijn aandacht op een aantal concrete speerpunten: Gezond Leven, Digitaal Thuis en Financieel.

Kernwaarden

De Consumentenbond doet dit alles op basis van vijf kernwaarden: onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, actualiteit, scherpheid en persoonlijke relevantie. Dit is wat de Consumentenbond wil zijn en dit is wat de Consumentenbond laat zien in het onderzoek, in de belangenbehartiging, in de tijdschriften, de boeken, op de website en op de televisie: De Consumentenbond, dan weet je het!

Strategie 2010

Omdat de ledenaantallen van de Consumentenbond mede door de economische crisis onder druk blijven staan en de maatschappij in hoog tempo verandert, ontwerpt de Consumentenbond eind 2009 een nieuwe strategie voor 2010 en de jaren daarna. Deze strategie borduurt voort op de vorige wat inhoudelijke keuzes betreft. Nieuw is de nadruk op het bieden van meerwaarde. Kernwoorden daarbij zijn: open (het creëren van aantrekkelijke content), interactief (de Consumentenbond wordt naast 'broadcaster' ook 'facilitator') en communicatief (campagnematige integrale communicatie). Ook nieuw is het zoeken naar nieuwe inkomstenbronnen zonder dat de onafhankelijkheid hierdoor in het gedrang komt.

Kernactiviteiten

Het bovenstaande laat zich vertalen naar de volgende kernactiviteiten:

- het bieden van een lidmaatschapspropositie rond voordeel, gemak en risicoreductie;
- het bieden van substantieel meer toegankelijke online-informatie;
- het campagnematig en interactief behartigen van consumentenbelangen;
- het verbreden van het aanbod aan keuze-informatie;
- het online verdiepen en verbreden van persoonlijk advies en hulp;
- het ontwikkelen en benutten van alternatieve verdienmodellen.

Ook de werkorganisatie ondergaat een metamorfose. De afdelingen Publicaties en Onderzoek worden samengevoegd tot Content, Media & Advies en aan de taken van de marketingafdeling wordt Business Development als belangrijke kerntaak toegevoegd. En ook Belangenbehartiging & Communicatie worden op nieuwe (interactieve) leest geschoeid.

Met andere woorden, ook na de 60^e verjaardag die de Consumentenbond in de loop van 2013 met gepaste bescheidenheid viert, liggen er volop mogelijkheden en uitdagingen om ook in de komende jaren te blijven opkomen voor de belangen van de consument.

Strategie 2016-2020

Het hogere doel van de missie voor de komende jaren is duidelijk: wij zijn van en voor consumenten, samen zorgen we dat consumenten vinden wat ze zoeken en krijgen waar ze recht op hebben, én we maken markten eerlijk en veilig.

Om deze doelen te bereiken focust het strategisch plan op drie punten:

- Vergroten van onze impact (meer focus aanbrengen in de doelen die we willen bereiken, intern en extern, minder versnippering, gericht op concrete en aansprekende resultaten);
- Consequente positionering vanuit consumentenbelang (keuzes die we maken, content en services die we bieden worden altijd benaderd vanuit een consumentenfrictie); en
- Een verbond van en voor alle consumenten worden (we verlagen drempels om mee te doen en verbreden onze doelgroep. We doen het samen met consumenten, luisteren naar ze en zorgen voor interactie en verbinding).

Gewaagd doel voor de komende vier jaar: in 2020 maken 5 miljoen consumenten gebruik van of dragen bij aan de Consumentenbond. Deze (maatschappelijke) doelstelling en de meting ervan gaat over onze relevantie en niet over aantallen gebruikers, leden, geregistreerden, en dergelijke.

Zoals ook in de strategie beschreven, kan het gewaagd doel niet los gezien worden van het hogere doel: samen met kernwaarden en kernkwaliteiten vormen ze onze missie. Een te sterke focus op het gewaagd doel kan leiden tot een focus op makkelijke succesjes en vervlakking. Een te sterke focus op het hoger doel kan leiden tot een focus op zaken die maatschappelijk wel relevant zijn maar waar we onvoldoende consumenten mee raken en bereiken. De combinatie van beide doelen maakt dat we persoonlijk EN maatschappelijk relevant zijn.

Voor de komende strategieperiode is er gekozen om te focussen op vijf grote thema's waar we zichtbare verandering in de markt willen bewerkstelligen:

- **Verzekerd van goede zorg**
In 2020 is de zorgmarkt transparant en kan de consumenten makkelijk kiezen.
- **Weet wat je eet**
In 2020 is het voedselaanbod veilig, eerlijk en gezond.
- **Grip op je geldzaken**
In 2020 weet de consument wat het belang is van bepaalde financiële keuzes, en maken wij het hem gemakkelijk deze keuzes te maken.
- **Baas over eigen data**
Meer controle over je privégegevens voor consumenten, waar we de afgelopen periode meer in hebben gezet op informeren.
- **Krijg je recht**
Door het bundelen van krachten van de consument en Consumentenbond weten en krijgen consumenten waar ze recht op hebben.

In 2018 wordt er hard gewerkt aan een nieuwe strategienota die in november 2018 wordt goedgekeurd. Deze tekst wordt aangepast na goedkeuring van de nieuwe strategienota.

1.2. Verenigingsstructuur

De Consumentenbond behartigt de belangen van de consumenten in Nederland sinds de jaren vijftig van de vorige eeuw. Al snel na de oprichting is daarbij gekozen voor de verenigingsvorm, omdat daarbij degenen wiens belangen worden behartigd, via de wettelijk voorgeschreven Algemene Leden Vergadering, het uiteindelijk binnen 'hun bond' ook voor het zeggen hebben.

1.2.1. De Bondsraad

De Bondsraad fungeert als het ledenparlement van de Consumentenbond en heeft belangrijke bevoegdheden, zoals het vaststellen van de hoofdlijnen van het financiële en inhoudelijke beleid, het toetsen van de uitvoering van dit beleid en het benoemen van de leden van de Raad van Toezicht en Directie. Tweemaal per jaar is er een algemene ledenvergadering. U kunt hier meer over vinden in hoofdstuk 2.

1.2.2. De Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht is belast met het toezicht op het beleid van de Directie en op de algemene gang van zaken van de Consumentenbond. Ook adviseert de Raad van Toezicht de Directie. De Raad van Toezicht heeft onder meer de taak om de Bondsraad jaarlijks een (update van de) Strategienota voor te leggen, plus de bijbehorende Meerjarenraming en Jaarbegroting. Verantwoording voor het gevoerde beleid wordt afgelegd via het Jaarverslag en de Jaarrekening (mede gecontroleerd door de accountant) en door het afzonderlijke Verantwoordingsverslag van de RvT zelf. De Raad van Toezicht zorgt verder voor de vaststelling van het Jaarplan van het bureau, binnen de kaders van de door de Bondsraad vastgestelde strategienota, en voor het beoordelen van managementrapportages en financiële rapportages van de Directie.

De Raad van Toezicht vergadert zo'n zes tot acht keer per jaar. De Directie heeft toegang tot de vergaderingen van de Raad van Toezicht en heeft daarin een adviserende stem.

1.2.3. De Directie

De Directie van het bureau is verantwoordelijk voor het besturen van de Consumentenbond en wordt door de Bondsraad op voordracht van de Raad van Toezicht benoemd. De wijze waarop de taken van de Directie worden uitgevoerd, is vastgelegd in het Directiereglement. De Directie legt aan de Raad van Toezicht verantwoording af over de uitvoering van de werkzaamheden.

1.2.4. Het Bondsbureau

Voor het verwezenlijken van zijn doelstellingen heeft de Consumentenbond een werkorganisatie, verder aangeduid met 'bureau'. Het bureau staat onder leiding van de Directie. Ook de aanstelling van medewerkers is een bevoegdheid van de Directie; over de aanstelling van het management wordt de Raad van Toezicht geïnformeerd. Hoofdstuk 3 is geheel gewijd aan het bureau.

1.2.5. Onderlinge relaties

Zoals hiervoor aangegeven, vervult de Bondsraad binnen de Consumentenbond de rol van algemene vergadering, zoals die het Burgerlijk Wetboek dit voorschrijft. De Bondsraad is daarmee het hoogste orgaan van de vereniging, met de bijbehorende taken en bevoegdheden. De verkiezing van de Raad van Toezicht, de vaststelling van de meerjarenraming en de bevoegdheid tot wijziging van de statuten (of zelfs opheffing van de vereniging!) zijn daarvan enkele belangrijke en in de statuten vastgelegde voorbeelden.

Belangrijke gesprekspartner van de Bondsraad is de Raad van Toezicht, die door de Bondsraad wordt gekozen. De Raad van Toezicht waakt ervoor dat de bedrijfsmatige activiteiten worden uitgeoefend binnen het strategische kader dat de Bondsraad heeft aangegeven. De Raad van Toezicht informeert de Bondsraad over genomen besluiten en legt verantwoording over zijn handelen af in de Bondsraadvergaderingen en via het Verantwoordingsverslag. De RvT heeft ook contact met de Bondsraadscommissie, die o.a. verantwoordelijk is voor de voorbereiding en organisatie van de vergaderingen van de Bondsraad.

In de praktijk is er ook veel direct contact tussen de Directie en de Bondsraad. De Directie kan de Bondsraad informeren over de inhoud Jaarverslag/Jaarrekening en

Strategienota (die formeel door de Raad van Toezicht aan de BR worden aangeboden), en uiteraard ook over de belangrijkste werkzaamheden en activiteiten van de Consumentenbond in de loop van het jaar.

De voorbereiding en de feitelijke uitvoering van het beleid vinden plaats door de werknemers van de Consumentenbond, onder verantwoordelijkheid en onder leiding van de Directie. De Directie onderhoudt daarbij nauwe contacten met de Raad van Toezicht en woont verder (met spreekrecht) alle Bondsraadvergaderingen bij.

1.3. Vereniging en bedrijf

De Consumentenbond is een vereniging die een bedrijf voert met behulp van een professionele werkorganisatie. De activiteiten van de Consumentenbond als bedrijf beogen niet het maken van winst, maar het verwezenlijken van het statutaire doel van de bond: het behartigen van de belangen van consumenten in het algemeen en van de leden in het bijzonder.

Met ongeveer 250 medewerkers (215 fte's) kan de Consumentenbond worden beschouwd als een middelgrote onderneming. De Consumentenbond dient te voldoen aan allerlei wettelijke regels en verplichtingen als werkgever en als belastingplichtige (btw en vennootschapsbelasting) en moet zijn activiteiten financieel verantwoorden en er verslag van doen. Bedrijfseconomische principes als continuïteit, gezond financieel beleid en product vernieuwing spelen daarbij een belangrijke rol. De Consumentenbond opereert op diverse informatiemarkten en ontmoet daarbij in toenemende mate concurrenten. Ook dat stelt eisen aan de organisatie en aan het bedrijfsbeleid. De afstemming tussen het verenigingskarakter van de Consumentenbond enerzijds en het bedrijfsbeleid van de Consumentenbond anderzijds vergt de voortdurende aandacht van alle betrokkenen. Een heldere afbakening van de rollen van de diverse bondsgeledingen in het proces van beleidsvoorbereiding, -vaststelling, -uitvoering en -verantwoording is daarbij van veel belang. Immers, binnen de door de Bondsraad vastgestelde beleidshoofdlijnen dient het bedrijf voldoende ruimte te hebben om op grond van eigen deskundigheid slagvaardig, efficiënt en bedrijfseconomisch verantwoord te opereren.

2. Bondsraad

In dit hoofdstuk komt aan de orde hoe de Bondsraad is samengesteld, welke bevoegdheden de Bondsraad heeft, wat de procedures tijdens Bondsraadsvergaderingen zijn, welke commissies door de Bondsraad zijn ingesteld, enzovoort. En we vertellen wat over de overige bijeenkomsten van de Bondsraad.

2.1. Bondsraad als gekozen orgaan

Binnen een vereniging bezit de algemene ledenvergadering de hoogste macht. Bij een zeer grote vereniging als de Consumentenbond zou een algemene ledenvergadering waar alle leden aan deelnemen een onwerkbaar geheel opleveren. Daarom is in de statuten bepaald dat de algemene ledenvergadering - de Bondsraad - bestaat uit maximaal 75 leden (getrapte vertegenwoordiging).

De Consumentenbond is een grote, landelijke vereniging, maar kent geen plaatselijke of regionale afdelingen (zoals bij vakbonden en politieke partijen). Als hoogste orgaan van de vereniging wordt de Bondsraad op democratische wijze gekozen.

De oproep voor de verkiezingen van de Bondsraad verschijnt in de Consumentengids en in de andere bladen, in de nieuwsbrief en op de website. De Verkiezingscommissie (VC) - ingesteld door de Bondsraad - selecteert uit alle gegadigden de kandidaten, die vervolgens worden voorgedragen via publicatie van de namen. Ook wordt gemeld dat men het recht heeft tegenkandidaten voor het Bondsraadslidmaatschap voor te dragen. Als er vervolgens geen tegenkandidaten worden voorgedragen, zijn de gepubliceerde kandidaten verkozen. Worden er wel een of meer tegenkandidaten voorgedragen, dan wordt door de gewone leden van de Consumentenbond een stemming gehouden tussen alle voorgedragen kandidaten (dat kan schriftelijk of via een speciaal daarvoor belegde vergadering). Dit is in de praktijk nog niet voorgekomen.

2.1.1. Kiesrecht

De Consumentenbond kent gewone leden en buitengewone leden. Gewone leden zijn natuurlijke personen. Organisaties en instellingen die lid zijn van de Consumentenbond worden buitengewone leden genoemd. Buitengewone leden hebben in de Consumentenbond geen kiesrecht, actief noch passief. Zij kunnen daarom geen kandidaten voordragen voor de Bondsraadsverkiezingen, zijn niet stemgerechtigd bij de verkiezingen en kunnen geen lid zijn van de Bondsraad. Een gewoon lid van de Consumentenbond heeft wel actief en passief kiesrecht. Dat houdt in dat het lid, samen met andere leden, kandidaten kan voordragen voor de Bondsraad, bij verkiezingen een stem kan uitbrengen en gekozen kan worden in de Bondsraad. Bij dat laatste gelden wel enkele aanvullende eisen: een Bondsraadslid moet op de eerste dag van de zittingsperiode van de nieuwe Bondsraad minstens 18 jaar zijn en op die dag minstens twee jaar aaneengesloten lid zijn van de Consumentenbond.

2.1.2. Selectiecriteria Bondsraad

Bij de selectie van gegadigden wordt een aantal criteria gehanteerd die de Bondsraad elke keer opnieuw vaststelt. De criteria hebben betrekking op bestuurlijke vaardigheden enerzijds en de betrokkenheid van de gegadigden bij het werk van de Consumentenbond anderzijds. In bijlage 2 van het Bondsraadsreglement zijn de selectiecriteria verder uitgewerkt. Verder wordt gekeken naar het inzicht, de kennis, de vaardigheden en de tijd die de gegadigde beschikbaar heeft. Ook wordt gestreefd naar een evenwichtige vertegenwoordiging van mannen en vrouwen. Tot slot wordt gelet op een spreiding in leeftijd, belangstelling en ervaring.

2.1.3. Bondsraadslidmaatschap

Het lidmaatschap van de Bondsraad duurt in principe vier jaar en begint op 1 januari van het verenigingsjaar volgend op het jaar waarin de verkiezingen plaatsvonden. Na deze zittingstermijn kan het Bondsraadslid opnieuw deelnemen aan de verkiezingen door zich verkiesbaar te stellen. Wanneer een Bondsraadslid drie opeenvolgende periodes lid is geweest van de Bondsraad, kan hij of zij de daaropvolgende periode niet meedoen aan de verkiezingen. Na vier jaar is dat wel weer mogelijk. Het gebeurt af en toe dat een oud-Bondsraadslid (weer) lid wordt van de Bondsraad. Het lidmaatschap van de

Bondsraad is onverenigbaar met het lidmaatschap van de Raad van Toezicht van de Consumentenbond. Ook medewerkers van de Consumentenbond kunnen geen Bondsraadslid zijn. Het lidmaatschap van de Bondsraad eindigt als men tussentijds bedankt voor het Bondsraadlidmaatschap, als men toetreedt tot de Raad van Toezicht of gaat werken bij de Consumentenbond.

Bondsraadsleden die herhaaldelijk niet bij de vergaderingen aanwezig zijn (afmelding in verband met persoonlijke omstandigheden uitgesloten), worden in de verkiezingstijd actief door de Verkiezingscommissie benaderd met de vraag of zij het lidmaatschap van de Bondsraad willen heroverwegen.

2.2. Bevoegdheden Bondsraad

Aan de Bondsraad komen op grond van de wet (Burgerlijk Wetboek, boek 2, titel 2, artikel 40) alle bevoegdheden toe die niet door de wet of de statuten aan een ander orgaan zijn opgedragen. De Bondsraad oefent zijn bevoegdheden in het algemeen uit door middel van besluiten die worden genomen tijdens de plenaire Bondsraadsvergaderingen.

2.2.1. Beleid en financiën

De Bondsraad heeft belangrijke bevoegdheden ten aanzien van het vaststellen van het beleid van de Consumentenbond, waaronder het financieel beleid. In artikel 13 van de statuten zijn onder meer de volgende bevoegdheden vastgelegd:

- Het vaststellen van de strategienota die de strategische hoofdlijnen van het beleid vastlegt voor steeds een periode van 3 jaar.
- Het vaststellen van de jaarrekening van de Consumentenbond.
- Het vaststellen van de meerjarenraming, met daarin de begroting voor het eerstvolgende jaar.
- Het vaststellen van de contributie.
- Het goedkeuren van het door de Directie opgestelde en door de Raad van Toezicht vastgestelde jaarverslag.
- Benoemen Raad van Toezicht.
- Benoemen Directie.

Om het gehele proces van beleidsontwikkeling binnen de Consumentenbond te sturen en te structureren heeft de Bondsraad een beleidscyclus vastgesteld. Daarin staat op welke wijze en welke momenten het bureau c.q. de Directie, de Raad van Toezicht en de Bondsraad een rol vervullen in de beleidsontwikkeling, en welke instrumenten ze daarbij gebruiken.

Strategienota en meerjarenraming

De door de Bondsraad vast te stellen strategienota beschrijft de plannen voor de drie volgende jaren. Belangrijke onderdelen zijn de 'mission statement' en de sterkte-zwakteanalyse van de huidige en de gewenste koers. De strategienota geeft dus de globale richting aan waarin de Consumentenbond zich moet bewegen en de weg waarlangs de hoofddoelstellingen dienen te worden bereikt. De meerjarenraming is een financiële vertaling van de voorgenomen plannen. Deze bevat de uitgangspunten, doelstellingen en prognose. De aansluiting tussen meerjarenraming en jaarplannen is gegarandeerd doordat kwantitatieve doelen worden gesteld en duidelijke keuzes worden gemaakt. Ieder kwartaal vindt een nacalculatie plaats via de managementrapportages van de Directie aan de Raad van Toezicht. De Bondsraad wordt hier ook de eerste drie kwartalen over geïnformeerd (behalve het vierde kwartaal omdat dan de jaarrekening wordt opgemaakt).

Jaarverslag en jaarrekening

De jaarlijkse verantwoording over het gevoerde beleid vindt plaats in het jaarverslag en de jaarrekening. Het jaarverslag beschrijft en evalueert de verrichte activiteiten afgezet tegen de strategienota: het inhoudelijke en financiële beleid, het verenigingsbeleid en de uitgevoerde werkzaamheden. De jaarrekening, geaccordeerd door een accountant, verschaft inzicht in de ontwikkeling van vermogen en resultaat en wordt ter vaststelling aan de Bondsraad aangeboden.

Bureaujaarplan

Het sluitstuk van de planvorming is het door de Directie vastgestelde bureaujaarplan, dat ter goedkeuring wordt voorgelegd aan de Raad van Toezicht. Het jaarplan wordt niet toegestuurd aan de Bondsraad. Het bevat een samenvatting van de afdelingsplannen, met hun onderlinge afstemming en coördinatie, een tijdsfasering en de toewijzing van middelen, mensen en faciliteiten.

2.2.2. Verkiezen, ontslaan en schorsen Raad van Toezicht

De Raad van Toezicht van de Consumentenbond telt vijf tot zeven leden. De Bondsraad kiest de leden van de Raad van Toezicht (artikel 22 statuten) en kan besluiten tot schorsing of ontslag van een of meerderen van hen. De voorzitter en vicevoorzitter worden in functie gekozen. De leden van de Raad van Toezicht worden gekozen voor de duur van vier jaar en herverkiezing kan eenmaal plaatsvinden. In beginsel treedt om de twee jaar een deel van de Raad van Toezicht af volgens een 'rooster van aftreden'.

Kandidaat-leden voor de Raad van Toezicht kunnen zich aanmelden of aangemeld worden door de Bondsraad, de Directie, de Ondernemingsraad en de Raad van Toezicht zelf tot uiterlijk drie maanden voor de verkiezingsdatum. Gestreefd wordt naar verkiezingen waarbij voor iedere vacature zo mogelijk twee of meer kandidaten zijn. Is het aantal kandidaten kleiner of gelijk aan het aantal vacatures, dan vinden er toch verkiezingen plaats. In het geval dat het aantal tegenstemmen en/of het aantal blanco stemmen groter is dan het aantal stemmen vóór een kandidaat, is deze niet verkozen.

Een lid van de Raad van Toezicht kan worden geschorst of ontslagen. Dit vereist een besluit van de Bondsraad, in vergadering bijeen, met tenminste tweederde van de geldig uitgebrachte stemmen. Indien alle functies van de Raad van Toezicht vacant zijn, is de Bondsraad gehouden zo spoedig mogelijk alle maatregelen te nemen, die hij nodig acht om een tijdelijke Raad van Toezicht in te stellen.

2.2.3. Overige bevoegdheden

Artikel 13 van de statuten noemt nog meer bevoegdheden van de Bondsraad, waaronder:

- het wijzigen van de statuten van de Consumentenbond;
- het nemen van het besluit tot ontbinding van de Consumentenbond;
- het instellen van commissies;
- het vaststellen en wijzigen van reglementen.

2.3. Vergaderingen Bondsraad

2.3.1. Vergaderprocedures

Gewone en buitengewone vergaderingen

De Bondsraad vergadert tenminste tweemaal per jaar plenair: in het voorjaar en in het najaar. Dit zijn 'gewone vergaderingen'. Voorafgaand aan een vergaderjaar ontvangt de Bondsraad een planning met daarin alle tot dan toe vastgelegde vergaderingen en bijeenkomsten. Een 'buitengewone vergadering' wordt door de BC uitgeschreven als eentiende gedeelte van de Bondsraadsleden daarom verzoekt. In dit verzoek moet het vergaderonderwerp zijn aangegeven.

Spreekrecht

In een vergadering mogen, naast de leden van de Bondsraad, ook ereleden, leden van de Raad van Toezicht en leden van de Directie het woord voeren. Met toestemming van de Bondsraad kan de voorzitter ook aan anderen het woord verlenen.

Toegang tot vergaderingen

De vergaderingen van de Bondsraad zijn openbaar, tenzij de Bondsraad anders besluit. De hierboven genoemde spreekgerechtigden hebben allen toegang tot een niet-openbare vergadering. Voor anderen is de uitdrukkelijke toestemming van de vergadering vereist.

In een niet-openbare vergadering kunnen geen besluiten worden genomen over zaken die betrekking hebben op de in de statuten vastgelegde bevoegdheden van de Bondsraad (artikel 16.5).

Vergaderagenda

De BC is verantwoordelijk voor het bijeenroepen van de vergadering. De voorbereidingen en opstelling van de agenda vinden plaats in overleg met de Raad van Toezicht en de Directie. De agenda moet tenminste zeven dagen voor de vergadering worden gepubliceerd, maar de uitnodiging is al eerder openbaar gemaakt. De leden van de Bondsraad, de Raad van Toezicht en de Directie kunnen bij de BC onderwerpen voor de agenda indienen. Is een agendavoorstel ingediend na de door de BC aangegeven uiterste inleverdatum, dan is er sprake van een urgentievoorstel. Om een urgentievoorstel op de agenda te plaatsen moet een gewone meerderheid van de geldig uitgebrachte stemmen zich daarvoor verklaren. De Bondsraad stelt de agenda bij aanvang van de vergadering vast. Over zaken die niet op de agenda zijn geplaatst, kan geen besluit worden genomen. Tijdens de vergadering kunnen de Bondsraadsleden een voorstel doen (zoals een motie of amendement) dat te maken heeft met het agendapunt dat in behandeling is. Voor een bespreking van zo'n voorstel is de steun van tenminste een tiende gedeelte van het aantal Bondsraadsleden vereist. De voorzitter van de vergadering kan bepalen dat pas tot bespreking van het voorstel wordt overgegaan, nadat het schriftelijk is ingediend.

Een voorstel van de orde zal met voorrang worden behandeld. De beraadslaging over een agendapunt of een onderdeel daarvan vindt in de regel plaats in ten hoogste twee termijnen.

Verslaglegging

Van het behandelde in een Bondsraadsvergadering worden binnen vier weken na datum een conceptbesluitenlijst en conceptnotulen opgesteld en via BRnet gepubliceerd voor de Bondsraad.

Vragen aan de Directie en/of Raad van Toezicht

Niet alle vragen die tijdens de vergaderingen aan de Directie en/of de Raad van Toezicht worden gesteld, kunnen direct worden beantwoord. De vraag wordt dan later beantwoord via Verenigingszaken.

Vergadervoorzitter en -secretaris

De Bondsraad kent een vaste voorzitter van de Bondsraadsvergadering. De vaste vergadervoorzitter wordt gekozen door de leden van de Bondsraad en is tevens voorzitter van de BC. Ook de secretaris wordt door de Bondsraad in functie gekozen.

De voorzitter, de secretaris en de leden van de BC kunnen daarna maximaal tweemaal herkozen worden voor een termijn van twee jaar, waarmee de maximale zittingsduur zes jaar is.

De vergadervoorzitter (voorzitter van de Bondsraad) is het gezicht en de woordvoerder van de Bondsraad en vormt daarmee een inspirerende en samenbindende factor voor de Bondsraad. Hij of zij leidt de vergadering, bewaakt de orde, kan deelnemers het woord verlenen en ontnemen en voorstellen doen voor schorsing en sluiting van de beraadslagingen. De voorzitter bewaakt ter vergadering de naleving van de statuten en reglementen, vat de discussies samen, formuleert de besluiten en maakt de uitslagen van stemmingen bekend. Bij buitengewone vergaderingen dient de door de BC aangewezen voorzitter de aanwezigen te vragen zich uit te spreken over wie de vergadering zal voorzitten (artikel 24 statuten).

Vorbereidende vergaderingen

Voorafgaand aan de Bondsraadsvergaderingen organiseert het bureau voorbereidende bijeenkomsten voor de leden van de Bondsraad. Dit zijn meer informele bijeenkomsten, die gedurende een week plaatsvinden in vier plaatsen (over het algemeen in Amsterdam,

Eindhoven, Zwolle en Den Haag). Bondsraadsleden hoeven niet per se de bijeenkomst bij te wonen in de omgeving waar men woonachtig is en men hoeft dus ook niet altijd in dezelfde plaats de vergaderingen bij te wonen. Op de voorbereidende vergaderingen geven de Raad van Toezicht en Directie een toelichting op de stukken die op de aankomende Bondsraadsvergadering worden besproken en krijgen alle aanwezigen de gelegenheid hierop te reageren en vragen te stellen. Hierdoor kan de discussie en besluitvorming in de Bondsraadsvergadering beter en sneller verlopen. Binnen negen dagen na de laatste voorbereidende vergadering worden de vier uitgewerkte verslagen en een gezamenlijk advies aan de Bondsraad gestuurd, waardoor iedereen kennis kan nemen van de in de andere bijeenkomsten gevoerde discussies. In het algemeen geldt dat vragen die reeds behandeld zijn op de voorbereidende bijeenkomsten, niet herhaald worden in de Bondsraadsvergadering. De vergadervoorzitter ziet daarop toe. Elk Bondsraadslid mag op meerdere voorbereidende bijeenkomsten aanwezig zijn, maar mag slechts éénmaal zijn/haar stem uitbrengen.

2.3.2. Vaste en periodieke agendapunten

Op iedere agenda van de Bondsraadsvergaderingen keert een aantal vaste punten terug:

- de vaststelling van de agenda;
- de vaststelling van de notulen en de besluitenlijst;
- de instelling van het stembureau;
- de rondvraag waarin schriftelijke en mondelinge vragen worden behandeld.

In de voorjaarsvergadering komen het jaarverslag en de jaarrekening aan de orde en in de najaarsvergadering de strategienota en meerjarenraming. In de najaarsvergadering vinden ook verkiezingen van de vaste commissies en Raad van Toezicht plaats, indien nodig. In de voorjaarsvergadering vinden de verkiezing van de VC-leden plaats, indien nodig.

Bij een buitengewone vergadering is er geen rondvraag, kunnen slechts punten van orde worden voorgesteld, maar geen urgentievoorstellen.

2.3.3. Besluitvorming

In een Bondsraadsvergadering heeft ieder aanwezig Bondsraadslid één stem. Bij het tekenen van de presentielijst krijgt ieder Bondsraadslid stemkaarten, die het lid bij het verlaten van de vergadering weer moet inleveren. Stemmen bij volmacht is niet mogelijk. Over de meeste zaken besluit de Bondsraad met meerderheid van stemmen. Als de Bondsraad over een voorstel geen stemming verlangt, is dat voorstel met algemene stemmen aangenomen. Als met betrekking tot een onderwerp over meer dan één voorstel gestemd moet worden, brengt de voorzitter het verstrekkendste voorstel het eerst in stemming.

Stemmen over zaken

Stemmen over zaken gaat in beginsel door het opsteken van de stemkaarten. Wanneer er een duidelijke meerderheid van stemmen is, wordt het aantal voor- en tegenstemmen niet geteld. De uitslag van de stemming is dan dat het voorstel is aangenomen met grote meerderheid van stemmen. De voorzitter van het stembureau kan overgaan tot het tellen van de stemmen, als hij/zij ziet dat dat nodig is om de exacte uitslag van de stemming vast te kunnen stellen. De uitslag van de stemming luidt dan: het voorstel is met (exact aantal) stemmen voor en (exact aantal) stemmen tegen aangenomen dan wel verworpen.

Stemmen over personen

Stemmen over personen gebeurt altijd schriftelijk. Zijn er meer kandidaten dan vacatures, dan zijn die personen benoemd die het hoogste aantal stemmen hebben behaald. Dit vooropgesteld dat zij een meerderheid van de stemmen hebben behaald. Is dat niet het geval, dan is een tweede stemming nodig.

Stembureau

Bij aanvang van de vergadering stelt de Bondsraad een stembureau in. Het stembureau is belast met het toezicht op de gang van zaken bij de stemmingen, het tellen van de

stemmen en het vaststellen van de uitslag. Het stembureau bestaat naast de secretaris van de vergadering uit ten minste een Bondsraadslid en wordt ondersteund door een medewerker van het bureau.

2.4. Commissies van de Bondsraad

2.4.1. Bondsraadscommissie (BC)

De BC bestaat uit de voorzitter van de Bondsraad, tevens voorzitter van de BC, en zes leden. Ook de secretaris van de BR (en BC) wordt in functie gekozen. De leden van de BC worden benoemd door de leden van de Bondsraad voor een periode van twee jaar en zijn tweemaal herkiesbaar.

Tot de taken van de BC behoren het voorbereiden en organiseren van de Bondsraadsverkiezingen en het bijeenroepen van de Bondsraadsvergaderingen en de voorbereidende vergaderingen. De BC voorziet in het voorzitterschap en de secretarisfunctie van de voorbereidende vergaderingen.

Verder heeft de BC tot taak het stellen van doelen betreffende het functioneren van de Bondsraad, en het zowel inhoudelijk als structureel monitoren en bijsturen daarvan. Tevens kan de BC een benoeming van een vertrouwenspersoon en een VC voorbereiden ter benoeming en voordragen aan de Bondsraad.

2.4.2. Andere commissies

De Bondsraad kan ook andere (ad-hoc) commissies instellen. Bondsraadsleden kunnen in principe slechts lid zijn van één commissie. Dit om zo veel mogelijk leden een kans te geven, en belangenverstremming te voorkomen.

2.4.3. De Verkiezingscommissie (VC)

Deze commissie wordt in het leven geroepen als dat nodig is. De Bondsraad benoemt de leden van de VC nadat eerder een oproep tot kandidaatstelling is gestuurd. De leden van de VC kiezen uit hun midden een voorzitter en plaatsvervangend voorzitter. De VC werkt aan de hand van een draaiboek opgesteld door de vorige VC, en geaccordeerd door de BR. De verkiezingsprocedure is omschreven in hoofdstuk 4 van het BR-reglement.

2.5. Discussieavonden

Om de Bondsraad nauwer te betrekken bij het werk van de Consumentenbond, wordt in principe vier tot zes keer per jaar een discussieavond georganiseerd in overleg met de Bondsraad/BC op wisselende dagen van de week op een centrale locatie. Op deze avond kunnen bureaumedewerkers van de Consumentenbond en anderen de Bondsraad informeren over een campagne, een onderzoek, of een probleem waar de Consumentenbond aan werkt. De aanwezige Bondsraadsleden kunnen op discussieavonden vragen stellen, ideeën uitwisselen, feedback geven en wijzen op andere invalshoeken. De discussieavonden zijn vooral bedoeld om de BR-leden onderling en met het bureau te laten discussiëren, en de betrokkenheid te optimaliseren.

3. Bureau

3.1. Rol van het bureau

Voor het verwezenlijken van zijn doelstellingen heeft de Consumentenbond een werkorganisatie ingericht: het Bondsbureau, verder aangeduid met 'bureau'. De positie van het bureau binnen de vereniging is al eerder besproken (zie hoofdstuk 1). Het bureau staat onder leiding van de Directie, die wordt benoemd door de Bondsraad en onder toezicht staat van de Raad van Toezicht. De wijze waarop de taken van de Directie worden uitgevoerd, is vastgelegd in het Directiereglement. De Directie legt aan de Raad van Toezicht verantwoording af over de uitvoering van de werkzaamheden.

De medewerkers van de Consumentenbond ontvangen instructies van de Directie en zijn aan de Directie verantwoording verschuldigd. De aanstelling van medewerkers is een bevoegdheid van de Directie, voor zover de begroting dat toestaat. Over de aanstelling van het management wordt de Raad van Toezicht geïnformeerd. De algemene arbeidsvoorwaarden van het bureau zijn vastgelegd in een eigen cao, waarover onderhandeld wordt met de vakbonden. De Directie is verantwoordelijk voor de continuïteit van het bureau.

Uiteraard zijn voor het goed functioneren van een werkorganisatie van ongeveer 250 werknemers verschillende vormen van werkoverleg onontbeerlijk. Binnen de diverse afdelingen vindt regelmatig werkoverleg tussen de leiding en de medewerkers plaats. Het uitvoerende werk wordt veelal projectmatig aangepakt. Een belangrijk orgaan binnen het bureau is de (wettelijk voorgeschreven) Ondernemingsraad, die maandelijks met de Directie in de Overlegvergadering bijeenkomt.

3.2. Content, Media & Advies

Content is bij de Consumentenbond sinds september 2010 georganiseerd op onderwerp (contentunits):

- Wonen & leven,
- Geld, Zorg & Recht,
- Digitaal.

De Contentunits verzorgen het onderzoek en de inhoud voor de media van de Consumentenbond: de boeken, de bladen en internet.

De keuze voor de hoofdonderwerpen kunnen worden aangepast aan nieuwe trends. Meest recent is het onderwerp [Baby & Kind](#). De keuze voor welke bladen men als lid bij welke vorm van lidmaatschap kan kiezen is in beweging: sinds 2015 heeft de Consumentenbond nieuwe keuzemogelijkheden hierin. De toegang tot en het gebruik van de website is eveneens aan veranderingen onderhevig. Het bureau overlegt continue met de Bondsraad en de Raad van Toezicht over de keuzes die hierbij gemaakt worden.

Media bestaat uit de afdelingen Boeken & Bladen en Website.

Bij de afdeling Boeken & Bladen worden de printpublicaties van de Consumentenbond gemaakt: de Consumentengids, Geldgids, Reisgids, Gezondgids, Digitaalgids. Ook geeft de Consumentenbond boeken en e-books uit over onderwerpen op het gebied van Computer & Internet, Gezondheid & Voeding, Geld & Recht en diversen. Jaarlijks verschijnen zo'n 15 tot 20 nieuwe boektitels, kijk in de [webwinkel](#) voor het actuele aanbod.

Consumentengids

De Consumentengids is de oudste, bekendste en grootste uitgave van de Consumentenbond met drie soorten informatie.

- Tests op veel gebieden: bekend zijn de vergelijkende warenonderzoeken met betrekking tot bijvoorbeeld wasmachines, maar ook diensten (bijvoorbeeld internetproviders) worden getest.
- Prijsinformatie: prijsvergelijkingen tussen bijvoorbeeld supermarkten maar ook van telefoontarieven.
- Juridische informatie: de leden worden geïnformeerd over hun rechten en plichten op uiteenlopende gebieden, van contracten tot de dienstverlening van hypotheekadviseurs. Daarnaast schrijft de Consumentengids over belangwekkende ontwikkelingen binnen de vereniging, acties en campagnes en diensten van de Consumentenbond.

Website

Bezoekers worden via de website op de hoogte gehouden van het laatste nieuws over acties en standpunten van de Consumentenbond. Wij bieden daarnaast informatie aan consumenten in de vorm van actuele tests, koopadvies en gebruikstips. Ook kunnen bezoekers via de website informatie vinden als hulpmiddel bij juridische vragen op het gebied van consumentenrecht of in contact komen met onze Klantenservice.

Via verschillende hulpmiddelen geven wij gepersonaliseerd advies. Bij diverse onderwerpen bieden we dit bijvoorbeeld in de vorm van een keuzehulp of een overstapservice. Ook kunnen bezoekers met elkaar in discussie gaan over tal van onderwerpen via het forum op de [Consumentenbond Community](#). De website bevat ook een Webwinkel, waar bezoekers gemakkelijk en snel gidsen en boeken kunnen bestellen.

Leden hebben exclusieve toegang tot het ledengedeelte van de [website](#). Onder dit ledengedeelte vallen onder meer de testresultaten en predicaten zoals de Beste Koop en Beste uit de Test. De producten die wij testen zijn ontzettend gevarieerd: van digitale camera's en tablets tot en met hypotheeken en spaarrekeningen. Niet-leden hebben geen toegang tot de testresultaten en predicaten. Wel kunnen ze onder meer de productinformatie, het koopadvies en de gebruikstips bekijken. Naast de testresultaten is dus veel informatie te vinden waar consumenten iets aan hebben, zonder dat ze lid hoeven te zijn. Niet-leden worden op relevante plaatsen uitgenodigd om lid te worden en kunnen zich gemakkelijk via de website aanmelden voor een lidmaatschap.

Via de website zal de Consumentenbond zich steeds meer profileren als een vereniging die consumenten écht helpt. Soms met goede vergelijkende informatie, soms via hulp of advies bij problemen, soms bij het rechtzetten van misstanden en soms met allerlei voordelen. Interactiever, persoonlijker, meer als een community en via social media.

Geldgids

Ieder jaar verandert er ontzettend veel op financieel gebied. Maar banken, verzekeraars, tussenpersonen en andere financieel dienstverleners hebben commerciële belangen, waardoor hun informatie niet altijd objectief is. De Geldgids van de Consumentenbond biedt daarom betrouwbare en onafhankelijke informatie die de consument scherp houdt en helpt om de juiste keuzes te maken. Elk nummer staat vol met praktische (bespaar)tips en tests op het gebied van onder meer sparen, beleggen, pensioenen, eerder stoppen met werken, belastingen, hypotheeken, schenken en nalaten. De Geldgids verschijnt 8 keer per jaar, waarbij de lezer in januari de handige Belastinggids krijgt en het hele jaar door vragen kan stellen aan onze belastingexpert.

Gezondgids

Over gezondheid, zorg en voeding is vreselijk veel informatie beschikbaar. Maar die informatie is lang niet allemaal objectief en vrij van commerciële belangen en het is moeilijk het kaf van het koren te scheiden. De Consumentenbond biedt daarom in de Gezondgids betrouwbare informatie die de lezer ondersteunt in een gezonde levensstijl en bijpraat over recente ontwikkelingen. Ook stelt de Consumentenbond in de

Gezondgids wanprestaties door levensmiddelfabrikanten en zorgverleners aan de kaak. De Gezondgids is opgericht in 1998 als 'nieuwsbrief Gezond', telt inmiddels 52 pagina's per nummer en verschijnt zes keer per jaar.

*Digitaal*gids

De Digitaal gids is het blad voor de computergebruiker die zich niet wil verdiepen in de achterliggende techniek. Het blad is het onafhankelijke en kritische slimme neefje dat in begrijpelijke taal koop- en praktijkadviezen geeft. Ieder nummer bevat een mix van vergelijkende testen van hard- en software en tips om efficiënter uw pc te gebruiken. U vindt stap-voor-stap uitleg om computerproblemen zelf op te kunnen lossen, beveiligingstips en -trends en uitleg over procedures bij problemen. Het blad is opgericht in 2001 en verschijnt tweemaandelijks: op de eerste vrijdag van januari, maart, mei, juli, september en november.

*Reis*gids

De Reisgids is het onafhankelijke blad over reizen en vakantie. De redacteurs bezoeken de vakantiebestemmingen zelf: behalve beoordelen of musea, kerken, kastelen en andere attracties echt de moeite waard zijn, inspecteren ze ook hotels, B&B's, agriturismo's, vakantiehuizen en soms ook campings. De mooiste adressen komen terecht in de topselectie. Dat doen ze ook voor restaurants. Beschreven auto- en fietsroutes worden nageden en wandelroutes op de voet gevolgd. Kortom: praktische reisinformatie waar je wat aan hebt. De Reisgids werd in 1973 voor het eerst uitgegeven en verschijnt 6x per jaar.

4. Regelgeving

Dit hoofdstuk gaat in op de verschillende regelingen waaraan de Consumentenbond zich als democratische vereniging moet houden: wettelijke bepalingen, statuten, reglementen en andere regels. De Bondsraad stelt de reglementen en statuten vast en kan deze wijzigen.

4.1 Wettelijke bepalingen

Het verenigingsrecht is opgenomen in het Burgerlijk Wetboek, boek 2 (rechtspersonen). Van toepassing zijn titel 1 Algemene bepalingen en titel 2 Verenigingen. Een belangrijk deel van deze bepalingen is dwingend recht, bijvoorbeeld ter bescherming van derden en van de democratische opbouw van de vereniging. Een ander deel is aanvullend recht, waarvan een vereniging slechts kan afwijken bij op schrift gestelde statuten. In een aantal gevallen geeft de wet aan dat afwijking slechts op een bepaalde manier of binnen bepaalde grenzen mogelijk is.

De regels die binnen de vereniging gelden, zijn ondergeschikt aan het Burgerlijk Wetboek. Artikel 8 van Boek 2 BW bepaalt dat een regel die geldt tussen de rechtspersoon en de daarbij betrokken personen, niet van toepassing is voor zover dit in de gegeven omstandigheden naar maatstaven van redelijkheid en billijkheid onaanvaardbaar zou zijn. Dat geldt voor regels krachtens de wet, gewoonte, statuten, reglementen of besluiten. Een voorbeeld: als bepaald is dat declaraties moeten worden ingediend op daarvoor bestemde formulieren, kan de vereniging de leden niet de gelegenheid tot het indienen van geldige declaraties onthouden door de betreffende formulieren niet toe te zenden.

4.1.1 Statuten

De Consumentenbond is een vereniging met volledige rechtsbevoegdheid. De statuten zijn vastgelegd in een notariële akte en zijn te beschouwen als een soort grondwet voor de vereniging. Wettelijk moeten statuten bevatten: de naam en zetel van de vereniging, het doel van de vereniging, de verplichtingen die de leden tegenover de vereniging hebben of de wijze waarop zulke verplichtingen kunnen worden opgelegd, de wijze van benoeming en ontslag van de Raad van Toezicht en de bestemming van het batig saldo van de vereniging in geval van ontbinding, of de wijze waarop de bestemming zal worden vastgesteld. Voor het overige staat het de vereniging vrij zaken al dan niet in de statuten op te nemen. Waar de statuten geen uitsluitel geven, is het verenigingsrecht van toepassing.

In de statuten van de Consumentenbond is een aantal wettelijke bepalingen uit het verenigingsrecht min of meer letterlijk overgenomen. In de statuten worden afzonderlijke hoofdstukken gewijd aan onder andere de leden, de Bondsraad, de Raad van Toezicht en het Bondsbureau. In deze hoofdstukken is de structuur van de Consumentenbond als vereniging vastgelegd.

Uitsluitend de Bondsraad kan wijzigingen in de statuten aanbrengen. Artikel 37 stelt daaraan een aantal voorwaarden (wijze en termijn van oproeping voor de vergadering, inwinnen advies van de Ondernemingsraad). Een besluit tot statutenwijziging behoeft tenminste tweederde van de geldig uitgebrachte stemmen in een Bondsraadsvergadering waarin ten minste tweederde van de zitting hebbende Bondsraadsleden aan de stemming heeft deelgenomen. Neemt minder dan tweederde van de zitting hebbende Bondsraadsleden aan de stemming deel, dan kan een tweede vergadering bijeen worden geroepen waarin ongeacht het aantal aan de stemming deelnemende Bondsraadsleden kan worden besloten, mits met een meerderheid van tenminste tweederde van de geldig uitgebrachte stemmen. Een statutenwijziging wordt pas van kracht nadat hiervan een notariële akte is opgemaakt.

4.1.2 Reglementen

Aangelegenheden van de Consumentenbond waarin de statuten niet voorzien, worden voor zover nodig, in reglementen geregeld (art. 36 statuten). Reglementen worden doorgaans door de Bondsraad vastgesteld en gewijzigd. De reglementen bevatten uitvoeringsbepalingen en aanvullingen op de in de statuten vastgelegde regels. Op

enkele plaatsen in de statuten worden de reglementen met name genoemd. Bij het vaststellen en wijzigen van reglementen geldt een gewone meerderheid van stemmen. Reglementen en wijzigingen daarin worden van kracht direct na afloop van de vergadering waarin de vaststelling of wijziging heeft plaatsgevonden. Bij verschil van mening over de uitleg van een reglement beslist een door de Bondsraad in te stellen ad-hoc commissie. De belangrijkste reglementen die de Consumentenbond kent, zijn het Bondsraadsreglement, het Reglement Werkzaamheden Raad van Toezicht en het Directiereglement.

4.2. Verenigingsstructuur

Het is verstandig om te blijven nadenken over de Consumentenbond als vereniging. De grote kracht van de Consumentenbond ligt in het feit dat het een grote, onafhankelijke vereniging is met bijna 447.000 leden. Dit maakt ook dat de Consumentenbond in de politiek en als maatschappelijke organisatie gehoord wordt. De uitdaging is daarom de Consumentenbond als vereniging zo goed mogelijk te laten functioneren, samen met het bedrijfsmatige deel van de Consumentenbond, waarin bijvoorbeeld de onderzoeksactiviteiten en de publicatiewerkzaamheden (online en print) zijn ondergebracht. Het structuurmodel dat daarvoor gehanteerd wordt valt korthedshalve aan te duiden als 'Vereniging met bedrijf' ("Vereniging als opdrachtgever van én als toezichthouder op het bedrijf").

5. Praktische zaken

Dit hoofdstuk bevat praktische zaken die voor Bondsraadsleden van belang kan zijn:

- Het indienen en uitbetalen van declaraties
- De nummering van stukken
- De collectieve ongevallenverzekering en de reisverzekering
- De gratis abonnementen en kortingen voor Bondsraadsleden
- De afdeling Verenigingszaken van het bureau
- BRnet via SharePoint online, het communicatiekanaal met de Bondsraadsleden.

5.1. Het indienen van declaraties

De Consumentenbond vergoedt de kosten die Bondsraadsleden maken voor het voorbereiden en bijwonen van een vergadering en de volledige reiskosten. Het betreft de in de reglementen beschreven vergaderingen van de Bondsraad en de commissies ingesteld door de Bondsraad. Men kan eventueel aangeven of de vergadervergoeding wordt gedoneerd aan het Anne Fransenfonds. Declareren geschiedt door middel van een Excel declaratieformulier dat per e-mail aan Verenigingszaken wordt gestuurd.

5.1.1 Uitbetaling declaraties

Uitbetaling van de reiskosten en vergadervergoeding aan een Bondsraadslid geschiedt binnen 3 weken na het ontvangst van een ingediende declaratie.

5.1.2 Reiskosten en vergadervergoeding

De vergoedingen worden jaarlijks aangepast en vastgesteld (geïndexeerd op basis van het prijsindexcijfer voor de gezinsconsumptie (CPI) van het Centraal Bureau voor de Statistiek).

Voor 2018 gelden de volgende vergoedingen:

€ 57 bijwonen voorbereidende vergadering, Bondsraadsvergadering, en

€ 34 bijwonen discussieavond

Alle OV-reiskosten en parkeerkosten worden vergoed.

Wij hanteren een kilometervergoeding van €0,28 waarvan €0,19 onbelast is.

5.1.3 Bondsraadslidmaatschap en belastingdienst

De Consumentenbond is verplicht aangifte te doen bij de Belastingdienst van de aan Bondsraadsleden uitbetaalde reiskosten, vergoedingen en vacatiegelden. In principe worden de vergoedingen belast, omdat de fiscus Bondsraadsleden niet beschouwt als vrijwilligers. Dit komt (mede) doordat de Consumentenbond in de ogen van de Belastingdienst geen Algemeen Nut Beogende Instelling (ANBI) is.

5.2. Verenigingscorrespondentie en klachtenbehandeling

Onder verenigingscorrespondentie wordt alle briefwisseling verstaan die plaatsvindt tussen verenigingsorganen onderling en tussen leden van de Consumentenbond en deze organen.

Alle verenigingscorrespondentie loopt via de afdeling Verenigingszaken, tenzij de Bondsraad anders besluit. De BC voert de correspondentie namens de Bondsraad. Ofschoon de Consumentenbond om privacy redenen nooit adressen van Bondsraadsleden bekendmaakt, kan het voorkomen dat Bondsraadsleden privébriefjes of mails ontvangen die betrekking hebben op een verenigingskwestie. Ze worden in dat geval dringend verzocht deze door te sturen aan de afdeling Verenigingszaken.

De afdeling Verenigingszaken stuurt de afzender een bericht van ontvangst en geeft informatie over de wijze van behandeling. Verzoeken van informatieve aard handelt de afdeling rechtstreeks af. Een briefwisseling van inhoudelijke aard wordt eerst door de BC behandeld, of valt onder verantwoordelijkheid van de Raad van Toezicht, afhankelijk van het onderwerp en de adressering. Bij de Bondsraadsvergadering ligt de door de BC gevoerde correspondentie van voorgaande periode ter inzage.

Klachten van Bondsraadleden over de handelwijze van de Consumentenbond in het algemeen of die van personeelsleden in het bijzonder zullen bij ontvangst door Verenigingszaken ter afhandeling direct worden doorgestuurd naar de Directie.

5.3. Verzekeringen

Ten behoeve van het verenigingskader (Bondsraadsleden en leden van de Raad van Toezicht) heeft de Consumentenbond een collectieve ongevallenverzekering en een reisverzekering afgesloten. In verband hiermee heeft de afdeling Verenigingszaken een verzekerdenbestand aangelegd.

De collectieve ongevallenverzekering keert uit in geval van overlijden of blijvende invaliditeit ten gevolge van een ongeval tijdens het verrichten van werkzaamheden voor de Consumentenbond of tijdens het rechtstreeks gaan, naar en komen van de plaats waar die werkzaamheden plaatsvinden. Verder zijn de kosten van geneeskundige behandeling verzekerd, als aanvulling op de eigen ziektekostenverzekering.

De reisverzekering keert uit bij verlies van en schade aan persoonlijke reisbagage tot een maximum per gebeurtenis. De verzekering geldt alleen wanneer gereisd wordt in verband met werkzaamheden voor de Consumentenbond, zoals het bijwonen van vergaderingen. Voorwaarde voor uitkering is wel dat de verzekerde normale voorzichtigheid betracht. Zo dienen waardevolle voorwerpen en geld niet onbeheerd te worden achtergelaten, anders dan in een deugdelijk afgesloten ruimte.

Voor de volledigheid: de hiervoor genoemde verzekeringen dekken niet het risico van het toebrengen van schade aan zaken of derden. In dat geval dient de eigen aansprakelijkheidsverzekering te worden aangesproken.

5.4. Gratis abonnementen en overige informatie

5.4.1 Gratis bladen

Bondsraadsleden zijn met minstens een gids betalend lid van de Consumentenbond. Daarnaast ontvangen zij - als lid van de Bondsraad - de overige gidsen gratis.

5.4.2 Boeken

De Consumentenbond treedt ook op als uitgever van enkele tientallen praktische publicaties. Een overzicht van recente uitgaven staat op de website. Bondsraadsleden krijgen een korting van 50% op de ledenprijs. Bestellingen kunnen worden doorgeven aan de [afdeling Service & Advies](#). Voor de betaling wordt bij toezending van het bestelde een factuur bijgevoegd.

5.5. Afdeling Verenigingszaken

De afdeling Verenigingszaken heeft tot taak de communicatie tussen Bondsraad, Raad van Toezicht en het Bondsbureau te ondersteunen. Hiertoe worden vergaderingen voorbereid en genotuleerd, beleidsnota's 'vertaald' c.q. geschreven en wat verder maar nodig mocht zijn. Anja Verhoef is als secretaris Verenigingszaken verantwoordelijk voor het ambtelijke secretariaat van de Bondsraad. Verenigingszaken is te bereiken via telefoonnummer (070) 445 45 08 en per e-mail via vereniging@consumentenbond.nl.

6. Consumentenbelangenbehartiging in Nederland

Dit hoofdstuk biedt een overzicht van de ontwikkelingen van de aandachtspunten in het Nederlandse consumentenbeleid en de uitgangspunten van de Consumentenbond over consumentisme. Ook bevat het een lijst van andere organisaties die zich met de belangenbehartiging van consumenten bezighouden.

6.1. Schets ontwikkelingen

6.1.1 Maatschappelijke trends

In de afgelopen decennia heeft de consumentenbelangenbehartiging in Nederland belangrijke successen geboekt, zowel wat betreft voorlichting en regelgeving als in het overleg tussen marktpartijen. Maar veranderingen op tal van fronten stellen de Consumentenbond voor nieuwe uitdagingen. Producten en risico's veranderen, evenals de wijze waarop informatie wordt overgedragen. Ook maatschappelijke verhoudingen - nationaal en internationaal - veranderen en niet in de laatste plaats: de consument zelf verandert ook.

Producten ontlopen elkaar steeds minder in prijs en kwaliteit. De aandacht van de consument verschuift naar zaken als duurzaamheid, garantie, reparatiemogelijkheden en belasting van het milieu. Vergelijkende informatie op het gebied van milieu en productiewijze wordt steeds belangrijker. Dat betekent dat er in het consumentenbeleid keuzes gemaakt moeten worden: de keuzes van de huidige generatie consumenten (korte termijn) staan immers niet zelden haaks op de keuzemogelijkheden van de komende generaties (lange termijn).

Een andere belangrijke ontwikkeling is dat de Nederlandse overheid een ander soort verzorgingsstaat voorstaat. We zien hier een relatie met het proces van individualisering en de daaraan gekoppelde behoefte bij de consument om meer eigen keuzemogelijkheden te hebben. De invoering van hogere eigen bijdragen en hogere eigen risico's in bijvoorbeeld de sociale verzekeringswetten vindt in versneld tempo plaats. Een zelfde ontwikkeling doet zich voor bij de pensioenen. Steeds meer bedrijven en instellingen bieden hun werknemers de mogelijkheid van een flexibel pensioen.

Wij leven in een informatiemaatschappij, met een overvloed aan informatie. Consumenten verlangen meer en meer pasklare en snel toegankelijke antwoorden op hun vragen. Allerlei nieuwe informatienetwerken maken het mogelijk actuele en geïndividualiseerde informatie op te roepen dan wel aan te bieden.

Vanaf het begin van de jaren tachtig staat het overheidsbeleid in het teken van deregulering. Dat betekent meer zelfregulering en meer overleg tussen bedrijfsleven en consumenten(organisaties). Het beleid van de overheid is erop gericht haar bemoeienis met de samenleving terug te dringen. Een van de belangrijkste gevolgen van de deregulering is dat consumentenorganisaties meer zijn aangewezen op onderhandelen met het bedrijfsleven willen zij hun doelen realiseren.

6.1.2 Het consumentisme

Het consumentisme is de beweging die opkomt voor de belangen van de consument en probeert de macht van kopers en gebruikers op de markt van goederen en diensten te versterken. Ten onrechte wordt het begrip consumentisme vaak gebruikt om een bepaald consumptiepatroon aan te geven, namelijk steeds meer consumeren ten koste van andere belangrijke waarden.

Binnen het consumentisme bestaan verschillende stromingen waarvan de inhoud verschilt, afhankelijk van politieke en maatschappelijke overtuigingen. Er zijn vier vormen van consumentisme te onderscheiden:

- *Het liberaal consumentisme*. Deze stroming gaat uit van de vrije markteconomie zoals de meeste westerse landen die kennen. In deze stroming maken de marktpartijen (producent en consument) afspraken met elkaar. De overheid treedt alleen corrigerend op. Een van haar taken is de consument toe te rusten met kennis en vaardigheden om

zijn rol als marktpartij adequaat uit te kunnen oefenen. Voorlichting en onderwijs spelen daarbij een belangrijke rol.

- *Het kritisch consumentisme.* Deze vorm veronderstelt een grotere betrokkenheid van de overheid, in de vorm van een sterke wetgeving en bescherming van de positie van de consument. Het kritisch consumentisme gaat ervan uit dat de markt niet uit zichzelf een voldoende regulerende werking heeft om bijvoorbeeld onveilige en ongezonde producten van de markt te weren.

- *Het verantwoordelijk consumentisme.* Deze stroming legt de nadruk niet alleen op de economische positie van de consument (waar voor je geld), maar dicht de consument een eigen verantwoordelijkheid toe als het gaat om de gevolgen van de consumptie. Volgens de aanhangers van deze stroming dienen consumenten ook te letten op de gevolgen van de aanschaf en het gebruik van producten voor het milieu en de derde wereld. Zaken als energieverbruik, hergebruik van materialen en beperkte uitstoot van CO₂ en giftige stoffen zouden bij de keuzes van consumenten een belangrijke rol moeten spelen.

- *Het radicaal consumentisme.* Hiertoe zijn de stromingen te rekenen die door middel van consumentenacties uiting willen geven aan hun ontevredenheid en zo veranderingen willen afdwingen. Boycots van producenten of producten zijn hiertoe een geëigend actiemiddel.

Deze vier vormen van consumentisme bestaan tegenwoordig niet meer apart van elkaar. Zo vertegenwoordigt de Consumentenbond een mix van liberaal, kritisch, radicaal en verantwoord consumentisme. De belangrijkste trefwoorden van dit hedendaagse consumentisme zijn toegankelijkheid, keuze, informatie, bescherming en kwaliteit en veiligheid. We lichten ze hier toe:

- Toegankelijkheid Goederen en diensten dienen voor iedereen goed verkrijgbaar te zijn. Met name kwetsbare groepen, zoals allochtonen, mensen met lage inkomens en gehandicapten, dienen voldoende toegang te hebben tot producten die voor hen van belang zijn, bijvoorbeeld huisvesting, openbaar vervoer en gezondheidszorg.

- Keuze Consumenten dienen werkelijke keuzes te kunnen maken, gebaseerd op hun wezenlijke behoeften. Voorwaarde hiervoor is een effectieve mededinging. Hierdoor ontstaan meer keuzemogelijkheden voor de consument en vaak lagere prijzen.

- Informatie Accurate en begrijpelijke informatie is wezenlijk om echt te kunnen kiezen. Men kan bijvoorbeeld geen adequate verzekering afsluiten zonder te weten welke alternatieven er zijn. Een goede markttransparantie is hiervoor van essentieel belang.

- Bescherming Consumenten moeten beschermd worden tegen oneerlijke handelspraktijken en tegen onveilige producten. Consumenten moeten, als zaken toch fout gaan, toegang hebben tot efficiënte en laagdrempelige klachtvoorzieningen. Wat kan een patiënt bijvoorbeeld doen tegen een specialist die een grove fout maakt, waardoor de patiënt ernstige schade lijdt?

- Kwaliteit en veiligheid Consumenten moeten vertrouwen kunnen hebben in de instellingen en bedrijven waarvan zij producten of diensten afnemen. Weet de consument bijvoorbeeld zeker dat de slager vlees verkoopt dat vrij is van hormonen?

6.1.3. De wortels van de consumentenbeweging

Het consumentisme heeft haar wortels in de sociale stromingen van rond de eeuwwisseling, met name in de arbeiders- en vrouwenbeweging. Eind 19e eeuw worden er al verbruikscoöperaties opgericht die kwaliteit en prijsstelling van producten beïnvloeden.

In 1912 wordt een vakorganisatie voor thuiswerkende vrouwen opgericht: de Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen (NVH). Het doel van deze vereniging is het verdedigen van de belangen van de huisvrouw. In die tijd zijn de rechten van de consument nauwelijks beschermd. Met levensmiddelen wordt op grote schaal geknoeid: het brood is dikwijls van slechte kwaliteit, het meel wordt bijgemengd, melk wordt soms

voor meer dan de helft met water verdund, bestek bestaat soms voor 90% uit giftig lood en drinkwater is onbetrouwbaar. Fabrikanten houden dus niet echt rekening met de belangen van de consumenten. Na jaren lobbyen komt in 1919 de Warenwet tot stand. Tegelijk met de Warenwet wordt de Keuringsdienst van Waren in het leven geroepen. De inspecteurs van de Keuringsdienst krijgen de opdracht regelmatig in winkels en op productieplaatsen te controleren, zodat knoeien met producten minder gemakkelijk wordt. Het resultaat van wet en controle is een snelle verbetering van de kwaliteit van de aangeboden waren.

Daarnaast streeft de NVH naar een zodanige bewustwording van de vrouwen dat zij en bloc 'waar voor hun geld' gaan eisen. Dit leidt in 1926 tot de oprichting van het Instituut tot Voorlichting bij Huishoudelijke Arbeid (IVHA). Dit instituut krijgt als taak het keuren van huishoudelijke artikelen. Het IVHA krijgt landelijke bekendheid als instantie die het 'Groenzegel: goedgekeurd door de Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen' verleent. Het IVHA wordt later omgedoopt tot Instituut voor Huishoud technisch Advies. Tegenwoordig gaat het als Keurmerkinstituut Konsumentenproducten door het leven.

Speelt het vooroorlogse consumentisme zich af tegen de achtergrond van betrekkelijk vaak voorkomende armoede, na de oorlog groeit de welvaart onstuitbaar en ontstaat er vooral een keuzeprobleem. Het aanbod in de winkels groeit, talloze nieuwe producten verschijnen op de markt en nieuwe verkoopmethoden overvallen de consumenten. Tegelijkertijd wordt de periode na de Tweede Wereldoorlog gekenmerkt door een groeiende machtspositie van de producent tegenover de consument. Het is de tijd van de wederopbouw na de enorme schade die de oorlog heeft veroorzaakt. Het economisch beleid is van meet af aan gericht op het herstel van deze schade, het op peil brengen van de productie en het vinden van nieuwe afzetmarkten. Het beleid is kortom zeer sterk aanbodgericht.

In deze periode, begin jaren vijftig, organiseert een groep consumenten zich om de onevenwichtige marktsituatie tegenwicht te bieden. Op 14 januari 1953 richten de heren B. Buitendijk en J. van Benthem de Consumentenbond op. Aanvankelijk nog opererend met zeer beperkte middelen en weinig leden. In april 1953 verschijnt de eerste Consumentengids. Deze heet in de volksmond al snel het "Blauwe keffertje" vanwege de blauwe drukletter en de kritische inhoud. Aan het eind van de jaren vijftig gaat de inmiddels toch aardig gegroeide Consumentenbond samenwerken met de vakbeweging binnen het Consumenten Contact Orgaan (CCO). Wegens de beperkte financiële middelen blijft de betekenis van dit orgaan voor het vergelijkend warenonderzoek gering. Het belang van het CCO ligt vooral in het innemen van gezamenlijke standpunten over beschermende consumentenwetgeving en over het prijsbeleid. Langzaam aan gaat ook de overheid het belang inzien van meer consumenteninspraak bij het beleid. In 1961 geeft het ministerie van Economische Zaken (EZ), haar eerste echte consumentensubsidie aan het CCO. Het CCO staat vanwege de inbreng van de vakbonden positiever tegenover het bedrijfsleven dan de Consumentenbond. Nadien groeit de bemoeienis van EZ met consumentenzaken, wat uitmondt in de oprichting van een afdeling Consumentenzaken op het ministerie. In 1965 wordt de Commissie Consumenten Aangelegenheden (CCA) ingesteld, een adviesorgaan van de Sociaal-Economische Raad (SER) voor alle aangelegenheden die de consument aangaan, zoals vergelijkend warenonderzoek, informatieve etikettering en bevordering van de marktdoorzichtigheid. Als eerste daad adviseert de CCA tot oprichting van de Stichting Vergelijkend Warenonderzoek (SVWO). Het diensten- en warenonderzoek draagt immers niet alleen bij aan het individuele belang van de leden van de Consumentenbond, maar ook aan het algemene (consumenten-)belang in de vorm van een betere marktwerking. De SVWO laat tot aan het begin van de jaren negentig met overheidssubsidie een deel van het vergelijkend warenonderzoek verrichten. Daarna neemt de Consumentenbond die taak geheel over.

In 1970 richt de Consumentenbond de Stichting Consumentenklachten op. In de praktijk is het voor individuele consumenten meestal erg moeilijk en omslachtig om via gerechtelijke procedures hun gelijk te halen bij onenigheid met leverancier of producent. Vaak gaat het immers om betrekkelijk kleine bedragen. Onder de paraplu van De Geschillencommissie zijn anno 2016 in totaal 54 geschillencommissies werkzaam in uiteenlopende branches.

In 1971 treedt er een splitsing op binnen het Consumenten Contact Orgaan. De werknemersbelangen blijken op sommige punten al te strijdig met de consumentenbelangen. Na onenigheid met de vakbonden treedt de Consumentenbond uit het CCO. De vakcentrales (FNV, CNV) willen toch bij het consumentenwerk betrokken blijven en herdopen de CCO in Konsumenten Kontakt (KK), waartoe ook de VARA enige tijd toetreedt. De Nederlandse Vereniging van Huisvrouwen en de Nederlandse Gezinsraad zijn al lid van het CCO. Konsumenten Kontakt zal vanaf dat moment onder de titel Koopkracht een eigen tijdschrift uitgeven. In 1993 gaan de vakbonden zich meer op hun primaire taak richten en draaien de subsidiekraan naar KK dicht. Dat betekent het einde van KK als zelfstandige consumentenorganisatie.

6.1.4 Het Nederlandse consumentenbeleid

In het verleden werden pogingen om het gedrag van consumenten te beïnvloeden, meestal als incidentele maatregelen doorgevoerd. Pas aan het einde van de jaren zestig wordt het consumentenbeleid een bewust en samenhangend onderdeel van het overheidsbeleid. De groeiende macht van de consumentenorganisaties heeft hier ongetwijfeld zijn invloed op gehad. Het proclameren van de grondrechten van de consument door president Kennedy in de Verenigde Staten is voor veel landen een belangrijke stimulans geweest het consumentenbeleid op de politieke agenda te plaatsen. Deze grondrechten zijn:

- het recht op bescherming van gezondheid en het recht op veiligheid;
- het recht op bescherming van economische belangen;
- het recht op schadevergoeding;
- het recht op voorlichting en vorming (informatie en onderwijs);
- het recht op vertegenwoordiging (om gehoord te worden).

Als aan het einde van de jaren zestig het consumentenbeleid een samenhangend deel van het overheidsbeleid wordt, is het in eerste instantie gericht op het versterken van de marktpositie van de consument. Algemeen wordt erkend dat de consument ten opzichte van de producent in een ondergeschikte positie terecht is gekomen. In deze vorm van consumentenbeleid passen allerlei vormen van consumentenbescherming, zoals de Colportagewet en de Wet op de misleidende reclame.

Eind jaren zeventig wordt een nieuwe fase in het consumentenbeleid ingeluid. Er rijzen vragen over de effecten van de almaar stijgende materiële consumptie op burgers en samenleving. Onder invloed van de verslechtering van het milieu en de zich aankondigende grondstoffen-schaarste wordt het consumentenbeleid verruimd tot een consumptiebeleid. De hoofddoelstelling van het eerste meerjarenprogramma dat voor de periode 1981-1985 wordt opgesteld, is 'het verbeteren van de mogelijkheid om door middel van consumptie behoeften te bevredigen'. Onder invloed van de steeds slechter wordende economische situatie wordt in dit programma veel nadruk gelegd op een adequate voorlichting, bevordering van de kwaliteit van geboden goederen en diensten, een efficiënte inkomensbesteding, een als rechtvaardig ervaren verdeling van consumptiemogelijkheden en ten slotte bewustwording van de noodzaak tot aanpassing van de consumptieve aspiraties. Het instrumentarium dat aan dit beleid gestalte moet geven, bestaat uit overheidsregulering en wetgeving.

De teruglopende economie veroorzaakt echter in het begin van de jaren tachtig een kentering in het beleid. Het overheidsbeleid komt meer en meer in het teken van de deregulering te staan. Volgens de achterliggende filosofie moet de markt meer zelfregulerend gaan functioneren en moet de overheidsbemoeyenis niet verder gaan dan het scheppen van de juridische, organisatorische en financiële voorwaarden. De overheid grijpt alleen in om ongewenste neveneffecten van het marktproces te voorkomen of te beperken. Vanwege dit gewijzigde overheidsbeleid komt het consumptiebeleid nooit goed van de grond. Wel blijft de Nederlandse overheid op het gebied van consumentenbescherming redelijk actief. Met name de gezondheid, de veiligheid en de bescherming van de financiële situatie van zwakkere huishoudens rekent de overheid tot haar specifieke verantwoordelijkheid. Zo krijgen zaken als budgetvoorlichting, kredietwetgeving, schuldsanering en overkreditering veel aandacht.

De overheid onderscheidt drie beschermingsniveaus in het consumentenbeleid. Op het eerste niveau neemt de overheid zelf de verantwoordelijkheid en onderneemt zij als eerste initiatieven. Een voorbeeld hiervan is de Colportagewet. Op het tweede niveau zijn de marktpartijen (consumentenorganisaties en bedrijfsleven) verantwoordelijk. Tijdens voorwaardenoverleg maken zij bijvoorbeeld afspraken over algemene voorwaarden binnen de reiswereld of voor gasinstallateurs. Pas als deze partijen niet zelf tot afspraken kunnen komen, grijpt de overheid eventueel in. Op het derde niveau wil de overheid niet ingrijpen, zelfs als de marktpartijen niet tot overeenstemming komen. De huurprijzen van woningen in het vrijevestigingsgebied zijn hiervan een voorbeeld.

Deregulering van het overheidsbeleid betekent meer overleg tussen de marktpartijen. De praktijk leert dat het overleg tussen bedrijfsleven en consumentenorganisaties kan leiden tot een positieverbetering voor de consument. Onder druk van de publieke opinie en de op de achtergrond meekijkende overheid- die met strengere wetgeving dreigt als de marktpartijen niet tot overeenstemming komen- hebben producenten en consumenten al talloze malen een akkoord bereikt over regelingen die de positie van de consument versterken. Uit het door de overheid gesubsidieerde voorwaardenoverleg tussen consumenten- en brancheorganisaties komen niet alleen sterk verbeterde voorwaarden, maar ook nieuwe geschillencommissies voort. Ook de milieuconvenanten voor verpakking en tropisch hardhout, en de Milieureclamecode zijn voorbeelden van regelingen die in goed overleg tussen consumentenorganisaties en het bedrijfsleven tot stand zijn gekomen.

In 1990 besluit de overheid geen nieuw meerjarenprogramma op te stellen. De overheid vindt dat de belangrijkste wetgevingsprojecten voltooid zijn. Vanaf dat moment wordt volstaan met een jaarlijkse rapportage aan de Kamer.

In een aantal gevallen stellen branches ook zelf regels op die ten doel hebben de positie van de consument te beschermen. De Reclame Code, die regels bevat waaraan alle reclame-uitingen moeten voldoen, is hier een goed voorbeeld van. Deze code is opgesteld door de Stichting Reclame Code, waarin elf organisaties deelnemen die op enigerlei wijze bij (het maken van) reclame betrokken zijn.

Voor beïnvloeding van consumentenbestedingen op door haar gewenste terreinen beschikt de overheid over een grote hoeveelheid instrumenten, uiteenlopend van het voeren van een inkomens- en prijsbeleid tot het inzetten van voorlichtingscampagnes en het stimuleren van consumenteneducatie voor de schoolgaande jeugd. Ondanks deze variëteit aan maatregelen stelt de overheid zich terughoudend op tegenover direct ingrijpen in het proces van productie en consumptie. Zij huldigt meer en meer het principe van de vrijemarktwerking, die onvolkomenheden zelf reguleert. Van 1994 tot 2003 geeft de overheid hier invulling aan door middel van de Marktwerking, Deregulering en Wetgevingskwaliteit (MDW)-operatie. De hoofddoelstellingen van deze operatie zijn het verlagen van de administratieve lasten voor burgers/consumenten en bedrijven, meer ruimte geven voor marktwerking en verbeteren van de kwaliteit van wetten. De MDW heeft betrekking op zowel verbetering van de randvoorwaarden voor marktwerking in de particuliere sector als het invoeren van (meer) marktwerking in semipublieke sectoren. Het gaat om 69 projecten over danig uiteenlopende onderwerpen als de Winkeltijdenwet, de benzinemarkt, makelaars en het concurrentiebeding. Eveneens onderdeel van de MDW-operatie is het toelaten van marktwerking in voorheen (semi)publieke sectoren, dat wil zeggen de introductie dan wel vergroting van concurrentie in sectoren zoals telecommunicatie, energie, openbaar vervoer, post, kabelexploitatie en gezondheidszorg.

Een grote kentering in het consumentenbeleid vindt plaats in 2004 met het Strategisch Actie Programma voor de Consument (SAP-C). De drie doelstellingen van SAP-C zijn:

- Kennis*: Vergroten van kennis bij consumenten en aanbieders omtrent hun rechten en plichten en van de mogelijkheden om hun recht te halen.
- Individuele klachtafhandeling en geschillen*: Verbeteren van de afhandeling van consumentenklachten en vereenvoudigen van de mogelijkheden voor consumenten om recht te halen.
- Collectieve klachten*: Vermindering van het aantal inbreuken op het consumentenrecht door middel van het uitbreiden van de handhaving van voorschriften inzake nationale en

grensoverschrijdende Europese wetgeving ter bescherming van de economische belangen van de consument.

Onder de laatste noemer valt de oprichting van de Consumentenautoriteit. Hiermee gaat een lang gekoesterde wens van de Consumentenbond in vervulling: publiekrechtelijke handhaving van consumentenrechten. Tot dat moment ziet de overheid consumentenrecht puur als privaatrecht en daarom de handhaving en acht daarom de handhaving van dit recht niet als haar taak. De Consumentenautoriteit wordt opgericht als directie binnen het ministerie van Economische Zaken op 1 januari 2007. In 2013 gaan de Consumentenautoriteit, de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) en de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA) samen in de Autoriteit Consument en Markt (ACM).

Naast de invloed van de Nederlandse overheid heeft de consument steeds meer te maken met de invloed van de eenwording van Europa. Het Nederlandse consumentenbeleid kan niet meer los worden gezien van het Europese beleid. Om de rechten van consumenten in de nieuwe Europese markt te beschermen, heeft de Europese Commissie tal van verordeningen en richtlijnen aangenomen – zoals de richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken - die in onze nationale wetgeving zijn overgenomen.

6.2. Andere consumentenorganisaties in Nederland

Naast de algemene consumentenorganisatie Consumentenbond zijn er diverse categorale organisaties ontstaan, die zich met deelgebieden van de consumptie bezighouden.

De [ANWB](#) behartigt de belangen van automobilist, recreant en toerist. De ANWB doet op deze gebieden ook aan vergelijkend warenonderzoek, soms samen met de Consumentenbond. Een belangrijke service is de Wegewacht voor automobilisten en de hulp aan in het buitenland gestrande vakantiegangers via de ANWB-alarmcentrale. De ANWB heeft ook een eigen keurmerk voor o.a. private lease en campinginspectie.

Op het gebied van wonen zijn veel consumentenorganisaties actief. De [Vereniging Eigen Huis](#) is een grote belangenorganisatie voor (eventueel aanstaande) eigenwoningbezitters. Eigen Huis, opgericht in 1973, heeft ongeveer 750.000 leden. De vereniging voert op verzoek woningtaxaties uit, adviseert bij problemen met makelaars en gemeenten en doet aan collectieve belangenbehartiging om de rechtspositie van huiseigenaren te verbeteren. Eigen Huis geeft het blad Eigen Huis Magazine uit en houdt zich naast belangenbehartiging bezig met vergelijkend warenonderzoek. De onderzoeken lopen uiteen van makelaars en hypotheek tot inbouwkeukens en tuinhokjes. Leden krijgen korting op verzekeringen en andere diensten en producten.

De Stichting Consument en Veiligheid ([Veiligheid NL](#)) bestrijkt het hele gebied van veiligheid: van (on)veilige kinderzitjes tot aan (bijtende) honden. Consument en Veiligheid verricht onderzoek en doet aan ongevallenregistratie. Hieruit blijkt dat de meeste ongevallen zich thuis voordoen. Via voorlichting, scholing en beïnvloeding van de publieke opinie en de politiek probeert de stichting verbetering in deze situatie te brengen.

Onder de paraplu van [De Geschillencommissie](#) is een groot aantal geschillencommissies werkzaam, wat branche betreft variërend van 'huis en tuin', onderwijs tot vervoer. In een geschillencommissie zitten doorgaans een vertegenwoordiger van de brancheorganisatie, een lid voorgedragen door de Consumentenbond of de ANWB en een onafhankelijke voorzitter. Deze commissies doen een bindende uitspraak in geval van een geschil en vormen een goedkoop en laagdrempelig alternatief voor de ingewikkelde en vaak kostbare gerechtelijke procedure.

Het [Nibud](#) (Nationaal Instituut voor Budgetvoorlichting) geeft sinds 1979 tweedelijns voorlichting over financiële aangelegenheden. Op beperkte schaal geeft zij individuele hulp bij budgetteringsproblemen. Daarnaast doet het Nibud aan onderzoek, voorlichting, scholing en beïnvloeding van de politiek en de publieke opinie.

Reizigersvereniging [Rover](#) (Reizigers Openbaar Vervoer) is een landelijke belangenorganisatie van reizigers, sinds 1971. Rover streeft naar bevordering van de kwaliteit van het openbaar vervoer en de uitbreiding daarvan. De kern van Rover wordt gevormd door

meer dan 25 plaatselijke afdelingen. Daarnaast zijn er enkele landelijke themagroepen actief die regelmatig overleg voeren met de NS, andere vervoersbedrijven en de overheid.

De [Patiëntenfederatie Nederland](#) behartigt de gemeenschappelijke belangen van de aangesloten patiënten- en consumentenorganisaties, ondersteunt en verleent diensten aan deze organisaties, bevordert de krachtenbundeling en versterkt zodoende de positie van de patiënten/ consumentenbeweging in Nederland. De Consumentenbond is één van de oprichters van deze organisatie.

De [Stichting Milieukeur](#) geeft certificaten uit voor producten die voldoen aan de eisen die de stichting aan een productgroep stelt. Het gebruik van gecertificeerde producten belast het milieu minder dan dat van niet-goedgekeurde producten uit dezelfde groep.

Hiernaast zijn er nog heel veel groepen die zich op zeer specifieke deelbelangen hebben georganiseerd, en actiegroepen zoals [Greenpeace](#) en [Wakker Dier](#).

7. Internationale consumentenbeweging

In dit hoofdstuk komen de geschiedenis en de positie van de consumentenbeweging in de verschillende geledingen van de Europese organisaties aan bod. De doelstellingen van het consumentenbeleid in Europa worden uiteengezet. Tot slot is er aandacht voor de overkoepelende organisaties die zich inzetten voor het behartigen van consumentenbelangen.

7.1. Europese ontwikkelingen

In het Verdrag van Rome uit 1957, waarbij de EEG werd opgericht, werd nauwelijks gesproken over de positie van de consument. Dat gebeurde pas in 1972, toen de toenmalige negen regeringsleiders op de top van Parijs besloten tot het opstellen van een consumentenprogramma. In de loop der jaren verschenen enkele consumentenprogramma's en kwamen er richtlijnen tot stand die de positie van de consument verbeterden. Belangrijke richtlijnen vanuit Brussel over productaansprakelijkheid, consumentenkrediet en productveiligheid werden in nationale wetgeving vertaald. Het consumentenbeleid kreeg zo steeds meer gestalte, maar het duurde tot het Verdrag van Maastricht (1992) voordat er een officieel hoofdstuk over consumentenbeleid in het verdrag werd opgenomen. Dit is in het Verdrag van Amsterdam verder aangescherpt. Het beleid betreffende consumentenbescherming (artikel 169 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie–VWEU) behelst de bescherming van de gezondheid, de veiligheid en de economische belangen van de consumenten, en hun recht op informatie en onderwijs en hun recht op vereniging om hun rechten te vrijwaren. De eisen op het gebied van consumentenbescherming worden in acht genomen op de andere beleidsterreinen van de EU (artikel 12 van het VWEU). Consumentenbescherming is een gedeelde bevoegdheid van de Europese Unie en de lidstaten. Overeenkomstig artikel 114 van het VWEU worden alle wettelijke en bestuursrechtelijke bepalingen die ten doel hebben de wetgeving van de lidstaten beter op elkaar af te stemmen, aangenomen volgens de gewone wetgevingsprocedure en na raadpleging van het Economisch en Sociaal Comité.

De specifieke maatregelen ter ondersteuning en aanvulling van het beleid van de lidstaten worden eveneens overeenkomstig de gewone wetgevingsprocedure en na raadpleging van het Economisch en Sociaal Comité vastgesteld.

Een lidstaat kan strengere dan de door de Gemeenschap genomen maatregelen voor consumentenbescherming handhaven of invoeren voor zover zij verenigbaar zijn met het Verdrag en zij aan de Commissie worden gemeld.

Voor het consumentenbeleid is binnen de Europese Commissie de commissaris mw. Věra Jourová verantwoordelijk (Tsjechië). Zij wordt bijgestaan door het Directoraat-generaal Gezondheid en Consumenten. Dit DG heeft in de jaren na het uitbreken van de BSE-crisis, verantwoordelijkheden op het gebied van voedselcontrole erbij gekregen.

De Europese Commissie betreft adviezen bij het Economisch en Sociaal Comité, een adviesorgaan waarin bijvoorbeeld de Consumentenbond is vertegenwoordigd.

De EU kent de volgende instellingen en instanties:

1. De Europese Commissie: het dagelijks bestuur van de EU bestaande uit 28 Commissarissen (ieder land één) die elk verantwoordelijk zijn voor bepaalde beleidsterreinen.
2. De Europese Raad (de Raad): raad van ministers van lidstaten die formeel de besluiten neemt. De Algemene Raad wordt gevormd door de ministers van Buitenlandse Zaken; tegenwoordig zijn er voor deelgebieden aparte raden. Ook op consumentengebied komt de Raad elk halfjaar bijeen in de zogenoemde Consumentenraad. Andere bekende raden zijn de Landbouwrade en Ecofin, de vergadering van alle ministers van Financiën, die steeds belangrijker is geworden. De vergaderingen van de Raad worden voorbereid door het comité van de permanente vertegenwoordigingen (Coreper) van de lidstaten. De permanente vertegenwoordiging is een invloedrijk orgaan.

3. De Europese top: deze top wordt (elk halfjaar, soms een extra top) gevormd door de regeringsleiders, die knopen moeten doorhakken over grote of moeilijke dossiers.

4. Het Europees Parlement: rechtstreeks door de bevolking gekozen orgaan, maar met minder bevoegdheden dan nationale parlementen. In de loop der tijd zijn de bevoegdheden wel uitgebreid in de vorm van medebeslissingsrecht op diverse terreinen; het parlement kan voorstellen verwerpen indien het ook na een bemiddelingsprocedure niet met de Raad tot een akkoord komt. Consumentenbeleid behoort tot de terreinen waarop het parlement ruimere bevoegdheden heeft.

5. Het Economisch en Sociaal Comité: een officieel adviesorgaan dat voor éénderde bestaat uit vertegenwoordigers van werkgevers, éénderde werknemers en éénderde overige belangen, waaronder consumentenbelangen. Het ESC telt 344 leden waarvan 12 Nederlandse. Een ander adviesorgaan is het Comité van de regio's, bestaande uit vertegenwoordigers van regionale en lokale lichamen.

De Europese Consumenten Consultatie Groep (ECCG) is het belangrijkste forum van de Europese Commissie om nationale en Europese consumentenorganisaties te consulteren. De ECCG adviseert de Commissie wanneer het voorstellen doet die gevolgen hebben voor consumenten. Daarnaast kan de ECCG gevraagd en ongevraagd opinies uitbrengen wanneer gemeenschapszaken het consumentenbelang raken. De ECCG bestaat uit één vertegenwoordiger van een consumentenorganisatie uit iedere lidstaat en één vertegenwoordiger van iedere Europese consumentenorganisatie (BEUC en ANEC). Onderdeel van de ECCG zijn twee subgroepen ten aanzien van mededinging en energie. De ECCG komt vier keer per jaar bijeen. Namens Nederlandse consumentenorganisaties levert de Consumentenbond één vertegenwoordiger voor de ECCG.

7.2. Europese belangenbehartiging

Hieronder wordt in vogelvlucht geschetst hoe de consumentenbeweging in de verschillende Europese landen is georganiseerd. Dit overzicht beperkt zich tot de belangrijkste karakteristieken.

7.2.1 Nationale organisaties

Nederland

De Consumentenbond is de enige algemene consumentenorganisatie die een breed terrein van activiteiten bestrijkt met zowel onderzoek, publicaties, ledenservice als belangenbehartiging.

Groot-Brittannië

De met de Consumentenbond vergelijkbare algemene consumentenorganisatie is Which?. Which? is een private organisatie gefinancierd uit ledengelden, die onafhankelijk is en een activiteitenpakket aanbiedt dat vergelijkbaar is met dat van de Consumentenbond.

Duitsland

Stiftung Warentest is een testorganisatie die zich uitsluitend bezighoudt met het verrichten van onderzoek en het verzorgen van publicaties, voor een beperkt deel nog ondersteund door de overheid.

De Verbraucherzentrale Bundesverband (VZBV) is een door de overheid gefinancierde maar onafhankelijke organisatie die zich met beleidsmatige aangelegenheden bezighoudt. Leden van AgV zijn onder andere de diverse Verbraucherzentralen in de Duitse deelstaten.

België

Testaankoop is een algemene consumentenorganisatie à la de Consumentenbond, die zich echter primair toelegt op onderzoek en publicaties. Testaankoop maakt onderdeel uit van de holding Euroconsumers, een Europese organisatie met activiteiten in België en een aantal mediterrane landen (zie aldaar).

Frankrijk

De Union Federale des Consommateurs (UFC-que choisir) is een algemene consumentenorganisatie die onderzoek doet, publicaties uitbrengt en consumentenbelangen behartigt,

onafhankelijk van de overheid. De middelen hiertoe worden verkregen van de leden en uit de opbrengsten van eigen uitgaven. Het Institut National de Consommation (INC) is een door de overheid gefinancierde organisatie die eveneens het gehele scala aan activiteiten ter ondersteuning van de consument ontplooit. Sinds twee jaar brengt ook Euroconsumers in Frankrijk bladen op de markt; een en ander in samenwerking met de kleine consumentenorganisatie CSCV (Confederation Syndicale Cadre de Vie).

Spanje

De Organizacion de Consumidores y Usuarios (OCU) is een onafhankelijke organisatie die zich bezighoudt met belangenbehartiging en ledenservice; de uitgeverij- en de onderzoeksactiviteiten zijn ondergebracht in EDUCOSA dat weer onderdeel uitmaakt van Euroconsumers. Daarnaast zijn er in Spanje talloze andere consumentenorganisaties, ook op regionaal niveau.

Portugal

De Associacao Portuguesa para Defesa do Consumidor (DECO) is een onafhankelijke organisatie à la OCU in Spanje. Ook hier zitten de uitgeverij- en onderzoeksactiviteiten in een aparte rechtspersoon, onderdeel van Euroconsumers.

Italië

De Comitato Difesa Consumatori (CDC) hanteert hetzelfde model als dat van de organisaties in Spanje en Portugal. De CDC is een onafhankelijke organisatie met accent op belangenbehartiging en ledenservice. Ook hier zijn de onderzoeks- en publicatieactiviteiten onderdeel van Euroconsumers.

Griekenland

De Association for the Quality of Life (E.K.PI.ZO) is een kleine organisatie die zowel onderzoek doet als ledenservice en belangenbehartiging biedt. In Griekenland zetten zich ook diverse andere organisaties in voor de consumentenbelangen.

Ierland

De Consumers' Association of Ireland (CAI) is een nog tamelijk kleine, onafhankelijke organisatie die door de leden wordt gefinancierd. Zij ontplooit activiteiten op het terrein van onderzoek, publicaties, ledenservice en belangenbehartiging.

Denemarken

De Forbrugerrådet (FR) is een mede door de overheid gefinancierde organisatie die echter ook op ledenbijdragen draait; de organisatie voert een onafhankelijke koers met een sterk accent op beleidsmatig werk. De Statenshussholt is een door de overheid gefinancierde organisatie die zich primair bezighoudt met vergelijkend onderzoek.

Noorwegen

De Forbrukerrådet is een ook in belangrijke mate door de overheid gefinancierde organisatie die naast onderzoek, publicaties en klachtenbehandeling beleidsmatig werk verricht en verder in regionaal verband zeer actief is.

Zweden

De Sveriges Konsumentrad (SK) is een kleine onafhankelijke organisatie die enkele jaren geleden is opgericht en met name op beleidsmatig terrein actief is.

De Konsumentverket is een grote Zweedse organisatie die door de overheid wordt gefinancierd en naast consumentenwerk is belast met de vervulling van ombudstaken; een bijzondere constructie die goed past in de Zweedse samenleving.

Finland

In Finland zijn enkele organisaties actief die vergelijkbaar zijn met die in Denemarken.

Oostenrijk

De Verein für Konsumenteninformation (VKI) is een algemene onafhankelijke consumentenorganisatie die voor een beperkt deel middelen van de overheid ontvangt. De VKI ontplooit activiteiten op het gehele consumentenwerkterrein.

Luxemburg

De Union Luxembourgeoise des Consommateurs (ULC) is een onafhankelijke organisatie die wordt gedragen door ledenbijdragen en in aanvulling hierop enige ondersteuning van de overheid ontvangt.

Zwitserland

In Zwitserland zijn verschillende organisaties actief, zoals de Konsumentinnenforum Schweiz en de Fédération Romande des Consommatrices. Alle ontplooiën activiteiten op het terrein van vergelijkend onderzoek, klachtenbehandeling en belangenbehartiging.

7.2.2 Overkoepelende organisaties: BEUC, CI, ICRT

De onafhankelijke consumentenbeweging kent drie overkoepelende organisaties c.q. samenwerkingsverbanden, van alle drie is de Consumentenbond medeoprichter.

Op wereldniveau is CI ([Consumers International](#)) werkzaam. CI heeft meer dan 200 lidorganisaties in 100+ landen. De Consumentenbond is "full member". Consumers International heeft zijn hoofdkantoor in Londen en regionale kantoren in Chili, Zuid-Afrika, Oman en Maleisië. Een belangrijk deel van de activiteiten is het bijstaan en adviseren van consumentenorganisaties in ontwikkeling (bijvoorbeeld in derdewereldlanden en in Oost-Europa). Daarnaast beïnvloedt CI mondiale organisaties, zoals de Verenigde Naties, de WTO (Wereldhandelsorganisatie), de WHO (Wereldgezondheidsorganisatie) en de G20.

In november 2015 is de directeur van de Nederlandse Consumentenbond, [Bart Combée](#), voor vier jaar verkozen tot president van CI.

In Europees verband werken de onafhankelijke consumentenorganisaties samen in BEUC ([Bureau Européen des Unions de Consommateurs](#)). BEUC is in Brussel gevestigd en heeft ten doel belangenbehartiging bij de Europese instellingen. De Consumentenbond is een van de oprichters, sinds 1962 dé Europese consumentenorganisatie. Meer dan 30 onafhankelijke consumentenorganisaties uit de 15 EU-lidstaten, de Europese vrijhandelsassociatie (EVA) en uit de kandidaat-lidstaten, zijn lid. Aangezien het merendeel van nieuwe nationale consumentenwetgeving in Brussel wordt bedacht en gemaakt, is een Europese koepelorganisatie van consumentenorganisaties onontbeerlijk. De Consumentenbond heeft intensief contact met BEUC expert teams waar in experts van de Consumentenbond deelnemen. De Consumentenbond maakt ook deel uit van het bestuur van BEUC.

Voor samenwerking op het gebied van onderzoek en in het bijzonder vergelijkend warenonderzoek fungeert de in Londen gevestigde organisatie ICRT ([International Consumer Research & Testing](#)). Gezamenlijk onderzoek heeft grote kostenvoordelen en biedt grotere expertisemogelijkheden. Niet alleen organisaties uit Europa maken deel uit van ICRT, ook organisaties uit bijvoorbeeld Hongkong, Australië en de Verenigde Staten zijn lid. Directeur Bart Combée zit in het bestuur van ICRT.

7.2.3 Stichting Anne Fransen Fonds

In 1988 richtte de Consumentenbond de Stichting Anne Fransen Fonds ([AFF](#)) op, vernoemd naar de directrice, die de organisatie tot haar overlijden in 1981 leidde. Het AFF ondersteunt beginnende consumentenorganisaties buiten Nederland. Projectgewijs wordt bijgedragen aan fundamenteel consumentenonderzoek en wordt de organisatieontwikkeling bevorderd. Tevens bevordert het AFF projecten gericht op de versterking van informatieverstrekking aan consumenten. Het fonds is voor de financiering van zijn activiteiten afhankelijk van een kleine bijdrage per lid van de Consumentenbond en van individuele donaties. Het is gebruikelijk dat bestuur en kascommissie van het fonds wordt samengesteld uit leden van de Bondsraad. Het secretariaat van het Anne Fransen Fonds is te bereiken via: aff@consumentenbond.nl