

JAARVERSLAG 2014

Consumentenbond

Jaarverslag en jaarrekening 2014



JAARVERSLAG 2014

Consumentenbond

De Consumentenbond werkt, samen met consumenten aan eerlijke, rechtvaardige en veilige markten waar u vindt wat u zoekt en krijgt waar u recht op heeft. De Consumentenbond is het verbindende platform en de vertrouwde stem van en voor consumenten.

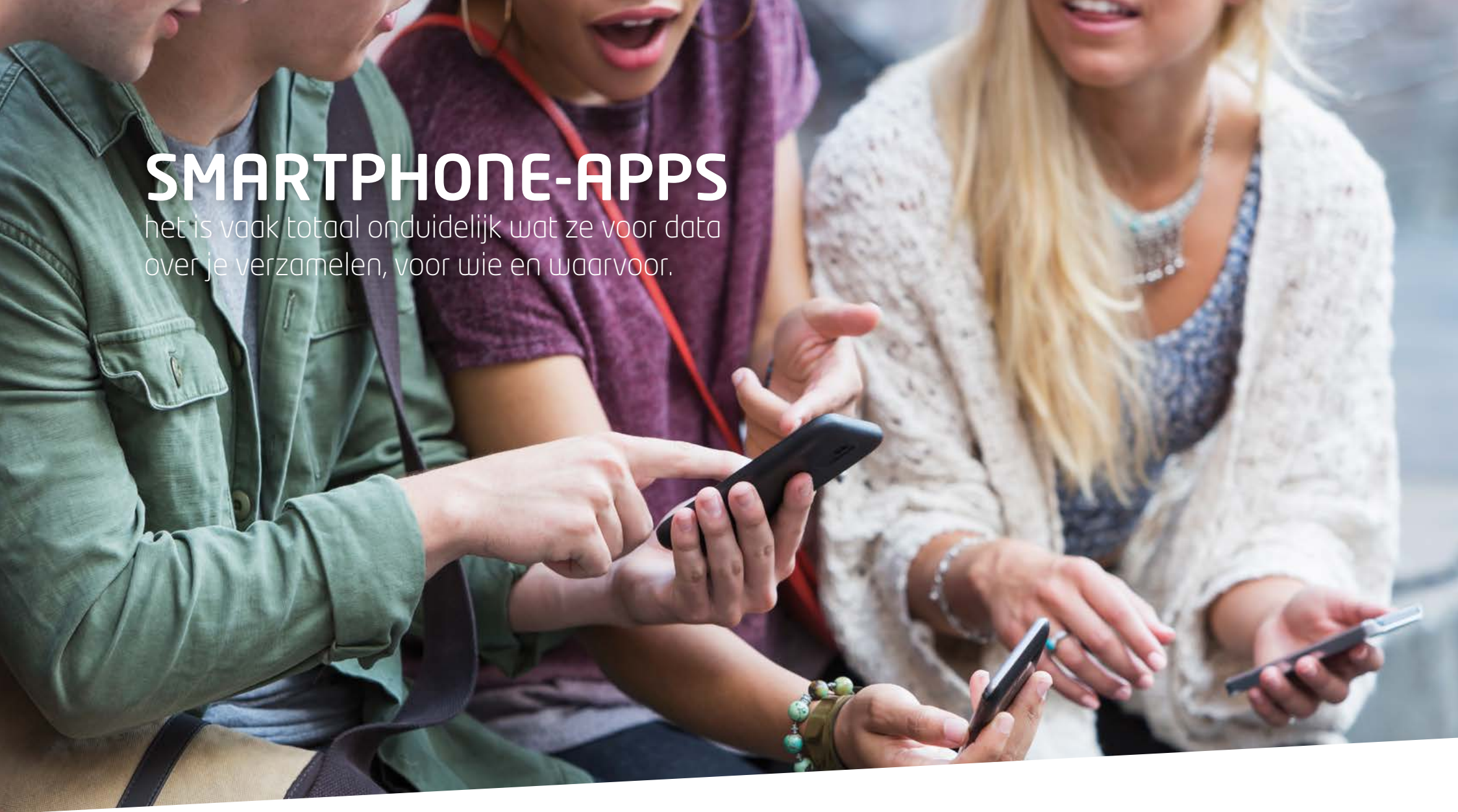
Inhoud

	Voorwoord	9			
1.	Inleiding	13	4.4	Internationale vertegenwoordigingen	35
2.	Kengetallen 2014	17	4.5	Anne Fransen Fonds	36
3.	Activiteiten 2014	19	5.	Toekomst van de Consumentenbond	39
3.1	Financiën	19	6.	Goed bestuur bij de Consumentenbond	41
3.2	Ontwikkelingen in de bedrijfsvoering	20	6.1	De vereniging	41
3.2.1	Ledenontwikkeling	20	6.1.1	Bondsraad	41
3.2.2	Abonnementen	21	6.1.2	Raad van Toezicht	42
3.2.3	Boeken	21	6.1.3	Directie	43
3.2.4	Gemak en voordeel voor de consument	21	6.2	Integriteit Consumentenbond en medewerkers	44
3.2.5	Overige diensten	22	6.2.1	Gedragscodes	44
3.2.6	Beurzen	23	6.2.2	Klokkenluidersregeling	44
3.3	Dit doen we voor Consumenten	23	6.2.3	Vertrouwenspersonen	45
3.3.1	Tests en onderzoeken	23	6.3	Risicobeheer	45
3.3.2	Online	26	6.4	Milieubeleid	45
3.3.3	Boeken en bladen	27	7.	Personeel en organisatie	47
3.3.4	Service & Advies	29	7.1	Inleiding	47
4.	Belangenbehartiging en Communicatie	31	7.2	Organisatiestructuur	49
4.1	Inleiding	31	7.3	In-, door- en uitstroom	50
4.2	Acties en campagnes	31	7.4	Huidige bezetting	50
4.3	Kwantitatief overzicht van de resultaten	35	7.5	Beleid, arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden	51
			7.5.1.	Verzuimaanpak	51

7.6	Medezeggenschap	51	8.5.2	Diverse producten	73
	Overzicht Bondsraad, Raad van Toezicht en Directie	53	8.5.3	Activiteiten voor derden	74
8.	Jaarrekening 2014	55	8.5.4	Overige bedrijfsopbrengsten	74
8.1	Geconsolideerde jaarrekening	56	8.5.5	Personeelskosten	74
8.1.1	Geconsolideerde balans per 31 december	56	8.5.6	Overige bedrijfskosten	75
8.1.2	Geconsolideerde staat van baten en lasten	58	8.5.7	Financiële baten en lasten	75
8.1.3	Geconsolideerd kasstroomoverzicht	59	8.5.8	Belastingen	75
8.2	Waarderingsgrondslagen	61	8.5.9	Honorarium accountant	75
8.3	Resultaatbepalingsgrondslagen	67	8.5.10	Transacties met verbonden partijen	75
8.4	Toelichting op de balans	68	8.6	Enkelvoudige jaarrekening per 31 december	76
8.4.1	Immateriële vaste activa	68	8.6.1	Balans per 31 december	76
8.4.2	Materiële vaste activa	68	8.6.2	Staat van baten en lasten	78
8.4.3	Financiële vaste activa	69	8.6.3	Kasstroomoverzicht	79
8.4.4	Voorraden	69	8.7	Toelichting op de enkelvoudige balans en winst-en verliesrekening	80
8.4.5	Vorderingen	70	8.7.1	Financiële vaste activa	80
8.4.6	Liquide middelen	70	8.7.2	Liquide middelen	80
8.4.7	Eigen vermogen	71	8.7.3	Eigen vermogen	80
8.4.8	Voorzieningen	71	Overige gegevens		83
8.4.9	Kortlopende schulden en overlopende passiva	72		Voorstel verwerking resultaat	83
8.4.10	Financiële instrumenten	72		Controleverklaring	83
8.4.11	Niet in de balans opgenomen verplichtingen	73			
8.5	Toelichting op de staat van baten en lasten	73			
8.5.1	Contributies	73			

SMARTPHONE-APPS

het is vaak totaal onduidelijk wat ze voor data over je verzamelen, voor wie en waarvoor.



Voorwoord

Het voorbije jaar was mijn eerste volledige jaar als voorzitter van de Consumentenbond. Ik heb de organisatie leren kennen en ik heb met groot respect waargenomen hoezeer de Consumentenbond een geoliede machine is. Er werken enthousiaste en zeer gemotiveerde mensen op allerlei posten van hoog tot laag in de organisatie. Er worden zeer succesvolle bladen/gidsen uitgegeven, producten getest en met elkaar vergeleken en een mooie website in de lucht gehouden. De Consumentenbond is daarnaast bezig om via diverse social media een netwerk van consumenten op te bouwen. Bovendien heeft de Consumentenbond het afgelopen jaar met haar maatschappelijke belangenbehartiging weer aanzienlijke invloed gehad in de Nederlandse samenleving. Tot slot heeft de Consumentenbond een Bondsraad die er zin in heeft, een groep bewogen leden die graag meedenkt over de koers en bepaalde keuzes van de Raad van Toezicht kritisch tegen het licht houdt. En zo hoort het ook.

De Consumentenbond staat voor kwaliteit en voor onafhankelijkheid. Dat merk je aan alles. Over die onafhankelijkheid is veel gesproken in 2014. Dat is een van de kernwaarden van de Consumentenbond. Hoe blijven we onafhankelijk terwijl we ook midden in de samenleving willen staan en niet alleen toeschouwer willen zijn? We werkten aan een onafhankelijkheidsverklaring; opdat iedereen in de organisatie, maar ook daarbuiten precies weet waar we staan. Beeldvorming is hier allesbepalend en we weten hoe het werkt: vertrouwen komt te voet en gaat te paard.

De meeste tijd heb ik besteed aan het voorbereiden en voorzitten van vergaderingen van de Raad van Toezicht. Inspirerende gesprekken over de toekomst van de Consumentenbond. Als Consumentenbond meten we het succes af aan invloed, bereik en interactie. Zijn we daar goed genoeg in en aan welke knoppen kunnen we draaien om ons resultaat te verbeteren? Om onze zichtbaarheid te vergroten, om een debat meer naar onze hand te zetten, om de innovatieve kracht te versterken? Als dat lukt, dan bouwen we gezamenlijk aan de Consumentenbond 2.0. Een vitale, gezaghebbende beweging van en voor consumenten. Een beweging die belangen van individuele leden koppelt aan maatschappelijke doelen. Een organisatie die dichtbij mensen staat; digitaal 24/7 bereikbaar is en in print en online producten test en van kritisch commentaar voorziet.

Met dat doel hebben we een strategie nodig hoe daar te komen en hebben we een toekomstbestendige organisatie- en besturingsmodel nodig om er zeker van te zijn dat we inspelen op de knelpunten bij consumenten en ons doel op een zo effectief mogelijke manier dichterbij te brengen. In 2015 staan beide aspecten volop ter discussie. We gaan samen een nieuw strategisch document vaststellen en we gaan kritisch kijken naar ons huidige model van verantwoordelijkheden; wie doet wat? Hoe is het toezicht optimaal geregeld? Waar doen we dubbel werk en wat ligt er buiten ons vizier?

BEWUSTE CONSUMENTEN

verdienen een beweging die de juiste signalen oppikt; snel en doeltreffend. Die vervolgens de boer op gaat en adequate acties op touw zet.

De Consumentenbond wil niet alleen leden ter wille zijn, maar ook voor niet-leden een vraagbaak en een gids zijn. Ondanks onze leeftijd – we zijn de 60 jaar al gepasseerd – willen we voor jong en oud interessant zijn en blijven. Dat vergt veel energie, slagkracht en saamhorigheid.

Vele handen maken licht werk. In het najaar van 2014 heeft een groot aantal Bondsraadsleden statutair afscheid genomen. Het waren er zoveel dat ik maar kort kon stilstaan bij hun grote verdiensten voor de Bondsraad. Sommigen maakten zelfs drie termijnen vol en waren inzetbaar voor menig commissie, werkgroep of andere activiteit.

Laat ik hier nog een keer zeggen hoe dankbaar wij – Directie en Raad van Toezicht – degenen zijn die zo veel jaren klaar stonden voor de Bondsraad. Het is zeker niet onopgemerkt gebleven. Zij hebben bijgedragen aan het bouwen van die vitale, moderne Consumentenbond die ons voor ogen staat. Ik prijs ons gelukkig met het aantreden van de nieuwe Bondsraadsleden, die staan te trappelen om het stokje van hun voorgangers over te nemen. Met de nieuwe Bondsraad gaan we verder met dat belangrijke werk.

Ook dit jaar proberen we een stem te geven aan de boosheid onder consumenten en trachten we resultaten te boeken als zaken niet in de haak zijn. Soms doen we dat op schrift en schrijven we een keurige brief aan de veroorzakers van de misstand, soms doen we dat door onze stem te verheffen, op straat of waar ook.

Bewuste consumenten verdienen een beweging die de juiste signalen oppikt; snel en doeltreffend. Die vervolgens de boer op gaat en adequate acties op touw zet. Dat vergt meer dan een solide ledenorganisatie, dat vraagt om een netwerk van consumenten dat contact heeft met mensen die een betere, eerlijker wereld voorstaan en daarvoor in beweging willen komen.

Het komend jaar wordt een spannend jaar. Alleen gezamenlijk kunnen we de grote uitdagingen het hoofd bieden en verder bouwen aan een Consumentenbond die sterk is en een rol gaat spelen in de hoofden en de harten van steeds meer mensen.

Pieter Broertjes
Voorzitter



1 Inleiding

De hervormingen die in de afgelopen jaren ingezet zijn, wierpen ook in 2014 hun vruchten af. Ook dit jaar stegen onze ledenaantallen, bereikten we steeds meer consumenten en steeg hun betrokkenheid bij de activiteiten van de Consumentenbond. Die betrokkenheid van onze achterban is van levensbelang voor een vitale beweging van, voor en met consumenten. We vertegenwoordigen consumenten pas als zij actief deelnemen, ons regelmatig gebruiken of raadplegen en ons steeds weer opnieuw een mandaat geven voor onze maatschappelijke activiteiten. Doordat onze basis onder consumenten, lid of geen lid, steeds breder wordt, groeit ook onze maatschappelijke relevantie en impact. Daar zijn we trots op en het smaakt naar meer.

We consolideerden onze groei en wisten deze verder uit te bouwen. Onze omzet groeide met 3,5%, wat vooral veroorzaakt werd door ledeninkomsten. Het resultaat na belasting was met €570.000,- solide. Bij de vergelijken was het resultaat vooral bij energie en autoverzekeringen beter dan vorig jaar. Bij de zorgverzekeringen viel het aantal overstappers wat tegen, een trend die overigens in de hele markt te zien was. Nadat die een tijdje uit de lucht was geweest, herintroduceerden we onze overstapservice voor mobiele telefonie, een dienst die in ons pakket ook niet hoort te ontbreken. Een opsteker was ook de goede oplage van vooral de Reisgids en de Gezondgids, die het duidelijk beter deden dan voorgaande jaren. De Geldgids en Digitaalgids bleven een beetje achter. In lezerstevredenheid scoorden zowel de Geldgids als de Gezondgids een all time high score.

We investeerden veel in onze online vernieuwing. Zo passen de belangrijkste onderdelen van de website zich nu automatisch aan aan het formaat van tablets en smartphones, zijn de klantenservice, de bespaarpagina's en het actieplatform in het nieuwe website concept gezet, zijn de overstapservices verbeterd en hebben we grote stappen gezet met het opbouwen van een online community.

In mediabereik overtroffen we alle records: meer dan 400 keer te zien op landelijke en regionale tv, 650 keer aanwezig in landelijke dagbladen en meer dan 20.000 vermeldingen op online media. Daarmee is de Consumentenbond elke dag in verschillende media in het nieuws, iets wat geen enkele andere maatschappelijke organisatie ons nadoet. Onze campagnes logen er dan ook niet om: Van boekingskosten bij reizen tot onzinverzekeringen, van problemen met de OV-chipkaart en het verdwijnen van het papieren kaartje tot de premies van de zorgverzekeringen. Soms waren die campagnes nagelbijtend spannend. Zo werd dankzij de campagne van de Consumentenbond samen met andere belangenbehartigers bij de laatste stemming in de Senaat voorkomen dat getornd wordt aan het wettelijk recht op vrije artskeuze. Ook wisten we in de Senaat behoud van het recht op gefinancierde rechtsbijstand voor consumentenzaken veilig te stellen. In het najaar heeft de Consumentenbond zich weer vol op het woekerpolis dossier gestort. Met een combinatie van juridische middelen, politieke lobby en druk vanuit consumenten zelf, willen we er aan bijdragen dat wat misschien wel de grootste consumentenfrictie van deze tijd is, dichterbij een oplossing wordt gebracht.

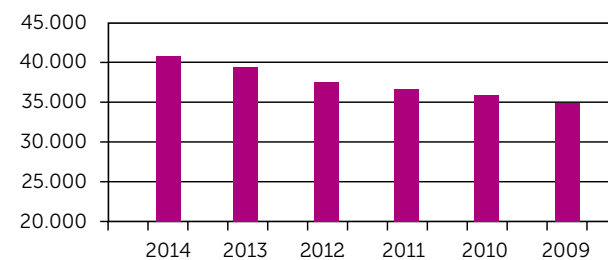
WOEKERPOLISAFFAIRE

De Consumentbond eiste van verzekeraars een hogere schadevergoeding voor alle gedupeerden, plus een door hen betaald 'hersteladvies' voor consumenten. Dit pleidooi kreeg veel aandacht in de media en in de politiek, er werden Kamervragen over gesteld.

Acties en campagnes worden bij de Consumentenbond niet in een ivo-
ren toren bedacht. Samen met consumenten zoeken we onderwerpen
waar mensen belang in stellen, waar ze boos of ongerust over zijn en
samen met consumenten stellen we ze aan de kaak. Steeds meer met
concrete prikkelende acties met een duidelijk doel. Die zijn herkenbaar
voor consumenten en hebben vaak snel impact en zorgen echt voor
verandering. En dat is precies waar de Consumentenbond voor staat:
samen met consumenten werken aan eerlijkere en veiligere markten,
waarin je vindt wat je zoekt en krijgt waar je recht op hebt!

Bart Combée,
Algemeen Directeur

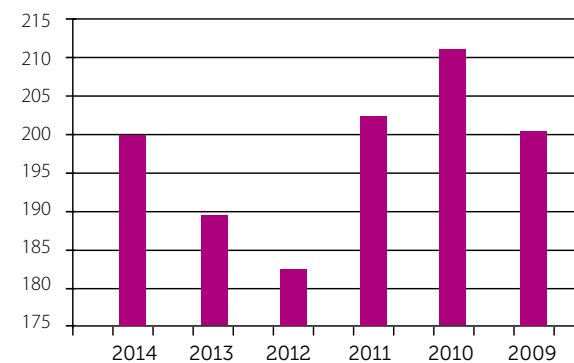
Bedrijfsopbrengsten (x 1.000 euro)



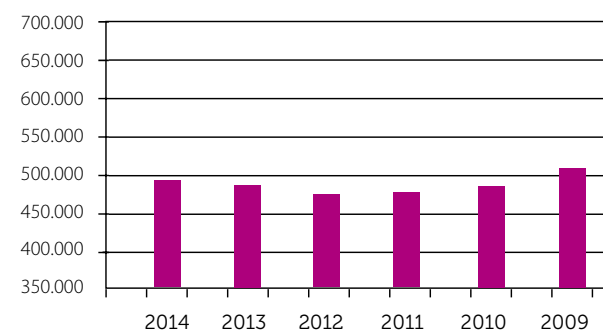
Bedrijfsresultaat (x 1.000 euro)



Aantal personeelsleden (in fte's)



Aantal leden (per 1 januari volgend boekjaar)



2 Kengetallen 2014

<i>Bedragen in duizenden euro's</i>	2014	2013	2012	2011	2010	2009
Bedrijfsopbrengsten	40.887	39.497	37.678	36.927	36.093	35.113
Bedrijfslasten	40.294	39.760	38.011	36.824	35.983	34.727
Bedrijfsresultaat voor buitengewone baten/lasten	593	-263	-333	103	110	386
Buitengewone baten/lasten	10	-35	0	1.370	0	0
Bedrijfsresultaat na buitengewone baten/lasten	603	-298	-333	1.473	110	386
% Bedrijfsresultaat / opbrengsten	1,47	-0,75	-0,88	3,99	0,30	1,10
Uitkomst financiële baten en lasten	133	164	350	263	262	312
Belastingen	-165	-17	-24	-217	-80	-137
Resultaat na belasting	570	-151	-7	1.519	292	561
Liquide Middelen per 31/12	20.636	21.106	20.405	23.712	25.479	22.773
Eigen Vermogen per 31/12	10.034	9.464	9.616	9.621	8.102	7.810
% Eigen Vermogen / balanstotaal	30	27	27	26	21	22
Voorzieningen per 31/12	406	657	747	745	2.363	2.454
Aantal personeelsleden (in fte's)	200	189	183	203	212	201
Ziekteverzuim	3,1	2,1	2,3	3,3	3,3	3,7
% Verloop personeel	8,2	7,8	10,1	27,7	8,4	14,1
Aantal leden per 1 januari van het volgend boekjaar	491.005	486.491	472.714	478.114	482.813	511.785
#Leden exclusief Proefleden	491.005	486.491	472.496	470.275	482.813	511.785
Aantal abonnementen	634.563	631.848	623.225	633.818	641.243	675.160
Waardering Consumentengids	7,72	7,69	7,62	7,66	7,47	7,47

IN MEDIABEREIK OVERTROFFEN

WE ALLE RECORDS: meer dan 400 keer te zien op landelijke en regionale tv, 650 keer aanwezig in landelijke dagbladen en meer dan 20.000 vermeldingen op online media. Daarmee is de Consumentenbond elke dag in verschillende media in het nieuws, iets wat geen enkele andere maatschappelijke organisatie ons nadoet.

3 Activiteiten 2014

3.1 Financiën

De Consumentenbond sloot 2014 af met een resultaat na belasting van €570.000,- positief. De totale bedrijfsinkomsten (exclusief het financieel resultaat) bedroegen in 2014: €40.887.000,- (€39.497.000,- in 2013). Ten opzichte van 2013 stegen de bedrijfsinkomsten met €1.390.000,- (3,5% stijging). Het financiële resultaat op onze banktegoeden kwam uit op €133.000,- en lag onder de verwachte rente-inkomsten.

De stijging in inkomsten werd vooral veroorzaakt door het structurele succes van het maandlidmaatschap. Het ledenaantal groeide verder door en dat zagen we ook terug in de omzet.

De Consumentenbond is, behalve met goede vergelijkende informatie in de bladen en op de website, ook voor steeds meer consumenten relevant met diensten zoals overstapservices. Met deze diensten worden consumenten op een eenvoudige wijze geholpen om kosten te besparen, of om een beter passende dienst af te nemen. Dit levert direct financieel voordeel voor de deelnemende consument op, maar versterkt ook de concurrentie waardoor indirect alle consumenten profiteren van de betere marktwerking.

De Consumentenbond heeft ervoor gekozen om de overstapdiensten gratis voor alle consumenten aan te bieden. Zo worden de meeste mensen bereikt en is de impact het grootst. Dit betekent dat de Consumentenbond vergoedingen van bedrijven ontvangt voor het meehelpen uitvoeren van overstappen. Deze vergoedingen zijn aan zeer strenge

regels gebonden, om de onafhankelijkheid van de Consumentenbond te waarborgen. Elk bedrijf betaalt, per soort vergelijker, dezelfde overstapvergoeding. De omvang van de vergoeding heeft geen invloed op de vergelijking, waardoor het speelveld gelijk is. Verder staan de vergelijken open voor alle marktpartijen, ongeacht of er afspraken over overstapvergoedingen zijn gemaakt. De Consumentenbond publiceert op zijn website open en transparant over het feit dat er vergoedingen betaald worden en per vergelijker staat welk bedrag de Consumentenbond ontvangt per overstapper.

Het geld dat de Consumentenbond verdient aan overstapvergoedingen wordt geïnvesteerd in onderzoek, publicaties, advies en belangenbehartiging.

Het bezoek aan onze vergelijken en overstapservices voor verzekeringen en energie, is het afgelopen jaar sterk gestegen. De toename bedroeg ruim 25%. Meer en meer consumenten gebruikten de vergelijken van de Consumentenbond om te bepalen of ze nog bij de juiste aanbieder, het best bij hun passende product, afnamen. Wij juichen deze ontwikkeling toe. De Consumentenbond speelt hiermee in op een duidelijke consumentenfrictie. De inkomsten uit deze diensten bleven achter bij de realisaties van vorig jaar. De marge op het totaal van deze activiteiten was licht positief en werd in 2014 gebruikt voor het realiseren van onze doelstellingen.

De totale kosten voor 2014 bedroegen €40.284.000,- (€39.795.000,- in 2013). Gedurende 2014 werd scherp gelet op ontwikkelingen in de markt. Zodra zich wijzigingen in omzetten en/of kosten voordeden, werd direct gestuurd op budgetaanpassingen of omzetintensiveringen. Dit is de reden waardoor er, ondanks een lagere omzet dan begroot, een goed resultaat over 2014 is gerealiseerd.

3.2 Ontwikkelingen in de bedrijfsvoering

De in 2013 ingezette ledengroei heeft zich in 2014 voortgezet. Het maandlidmaatschap blijkt grote groepen aspirant-leden aan te spreken en zorgde ervoor dat meer mensen kennis wilden maken met de Consumentenbond en daarna ook lid bleven.

Het aanspreken van consumenten gebeurde vanuit een aantal thema's waar consumenten veel aandacht voor bleven houden, zoals gezond eten, tablets, belasting en zorg(verzekeringen). Geïnteresseerden konden een minigids over zo'n onderwerp aanvragen. Bij het telefonisch aanvragen van een minigids, wilde vervolgens 25% van de bellers ook lid worden.

De instapproposities 'twee maanden gratis' en 'twee maanden kennis maken voor €2,-' bleken veel mensen aan te spreken. Van de mensen die na de kennismakingsperiode geen lid wilden blijven, bewaren we (met instemming) de e-mailadressen. Dit heeft het afgelopen jaar, met instemming van consumenten, geleid tot een groei van 250.000 e-mailadressen in ons bestand.

Deze achterban werd van grote waarde. Ze bleef namelijk via e-mails

ook op de hoogte van de werkzaamheden van de Consumentenbond. Daarnaast toonde ze vaak interesse in de aangeboden diensten en producten, zoals het Energiecollectief en de Zorgvergelijker.

In 2013 heeft de Consumentenbond een belang genomen in de startup Advieskeuze.nl. Dit is een onafhankelijk online platform dat onder meer dienstverleningsvormen, adviestarieven, klantwaarderingen (reviews) en opleidingsniveaus van financieel advieskantoren zichtbaar maakt. Advieskeuze.nl helpt consumenten bij het gemakkelijk zoeken en vinden van een goed advieskantoor en de betrouwbaarste adviseur. Een participatie als deze past in onze strategische ambitie om deel te nemen in bedrijven die ons helpen om innovatie te versnellen en blinde vlekken in onze dienstverlening snel op te vullen. Het streven van de Consumentenbond en Advieskeuze.nl is om het platform op termijn winstgevend te maken en door te ontwikkelen tot hét toonaangevende platform voor keuze-informatie over financieel adviseurs. In 2014 hebben we ons belang in Advieskeuze.nl uitgebreid. Het aantal klanten en de omzet van Advieskeuze.nl ontwikkelden zich zodanig, dat 2014 met een positief resultaat kon worden afgesloten.

3.2.1 Ledenontwikkeling

In 2014 werden er vooral nieuwe leden met een maandlidmaatschap geworven. De actieve werving van de jaarleden werd gestaakt. Het ledenaantal van de Consumentenbond nam toe met 4514 leden. Het jaar sloten we af met 491.005 leden.

Het wervingsaanbod kende de eerste twee maanden een hoge korting, wat leidde tot een hoge instroom maar ook tot een hoge uitstroom

van nieuwe leden na de kortingsperiode. Het wervingsresultaat werd hierdoor op de korte en langere termijn positief, maar we streefden ook naar meer loyaliteit. Bij nieuwe leden, maar ook bij leden die al langer lid zijn van de Consumentenbond. Om de loyaliteit van leden te verhogen werd in 2014 gestart met een Consumentenbond-breed behoudprogramma.

In 2014 werden twee nieuwe lidmaatschaps- en abonnementsvormen ontwikkeld: CB Basis en CB Extra. Het nieuwe aanbod geeft meer keuzemogelijkheden en laat duidelijker zien wat de Consumentenbond te bieden heeft. Voor de huidige leden verandert er niets. De nieuwe abonnementsvormen boden we vanaf 1 december aan.

3.2.2 Abonnementen

In 2014 daalde het totaal aantal afgesloten abonnementen op de vier magazines (Geldgids, Digitaal gids, Gezondgids en Reisgids) ten opzichte van 2013 met 2%. Deze daling was gelijk aan het voorgaande jaar maar lager dan de algehele printmarkt; die daalde met 7%.

Voor het magazine Beste koop voor je kind werden naast de verkoop van losse nummers in 2014, 1100 abonnementen gewonnen.

De oplage van de Reisgids liet een stijging zien van 9% en die van de Gezondgids steeg met 5%. De Digitaal gids en Geldgids daalden beiden met 5%. De Geldgids was net als in 2013 de grootste titel met 54.455 abonnees. De Digitaal gids volgde met 49.544 abonnees. Veruit de meeste aanwas kwam via het nabellen van leden die de minigids over E-nummers (Gezondgids) en belasting (Geldgids) bestelden. De abonnementen op tijdschriften zorgden in 2014 voor een lagere omzet dan in het jaar daarvoor, als gevolg van het staken van de titel Miss Perfect, met 8.193 abonnementen.

3.2.3 Boeken

In een dalende totale boekenmarkt, sinds 2010 met 21% gekrompen, daalde ook de afzet van boeken van Consumentenbond en wel met 6% ten opzichte van 2013. Ten opzichte van 2010 daalden we ook slechts 6% en daarmee deden we het nog ruim beter dan de totale boekenmarkt. De Belastinggids is een vertrouwd succes. Maar ook het boek Online privacy & veiligheid blijkt een topuitgave.

3.2.4 Gemak en voordeel voor de consument

Energiecollectief, energievergelijker

De Energievergelijker en het Energiecollectief waren ook in 2014 actief. In 2014 werd de Energievergelijker 458.046 keer bezocht. In totaal stapten er 31.260 consumenten over met de vergelijker, iets minder dan verwacht. In 2014 werd er viermaal een Energiecollectief georganiseerd. In totaal stapten daarmee 50.911 mensen over. De omzet en het aantal overstappers voor zowel de Energievergelijker als het Energiecollectief waren lager dan in 2013. Dit werd veroorzaakt doordat in 2014 meer partijen op de markt actief werden.

Zorgvergelijker en Zorgpolisveiling

In 2013 introduceerde de Consumentenbond de Zorgpolisveiling. Wegens gebrek aan animo en een niet voldoende onderscheidend aanbod werd deze veiling niet herhaald in 2014.

In 2014 werd de Zorgvergelijker aangepast aan de veranderingen die plaats hebben gevonden in de zorg. Zo werd in de vergelijker getoond welke zorgverleners iedere zorgverzekeraar had gecontracteerd.

De ingezette campagne trok 14% meer bezoekers naar de site, maar het aantal afsluiters via de Consumentenbond daalde met 18%. Kijkend naar de marktontwikkelingen schatten we in dat het totaal aantal overstap-

pers van zorgverzekering ongeveer gelijk is gebleven. Wel nam het aantal vergelijkingssites van zorgverzekeringen verder toe. Definitieve cijfers zijn in april 2015 bekend.

Overstapservice Triple Play

De overstapservice Triple Play groeide gestaag, waardoor zowel het aantal bezoekers als het aantal overstappers in 2014 toenam ten opzichte van 2013. Het aantal bezoekers kwam uit op 277.274. In totaal stapten 2365 consumenten daadwerkelijk over met deze overstap-service.

Mobiele Telefoon Vergelijker

Begin 2014 werd het deel van de vergelijker om abonnementen te vergelijken in eerste instantie stopgezet, vanwege problemen met de kwaliteit van de data. Consumenten konden nog wel losse toestellen vergelijken. In totaal bezochten 622.882 bezoekers deze vergelijker. Daarvan klikten er 404.046 door naar het product van hun keuze. Inmiddels zijn de problemen rond de integriteit van de data verholpen en is de vergelijker eind 2014 weer "live" gegaan.

Autoverzekeringsvergelijker

Het ambitieniveau van de Autoverzekeringvergelijker was hoog. In 2014 werd een groei voorzien van 2000 naar 7000 afsluitingen. Het uiteindelijke aantal overstappers zal naar verwachting rond de 4400 uitkomen. Het bezoek is ten opzichte van het voorgaande jaar met 36% gestegen.

Overlijdensrisicoverzekering

In 2013 werd een vergelijker geïntroduceerd waarmee consumenten een overlijdensrisicoverzekering via de Consumentenbond konden afsluiten. Deze dienst maakte in 2014 een groei door van ruim 50%. Rond de 650 consumenten maakten gebruik van deze dienst.

3.2.5 Overige diensten

Financiële vergelijkers

De omzet van de financiële vergelijkers was in 2014 bijna drie keer zo veel als in 2013. In 2015 wordt gekeken hoe deze vergelijkers verder moeten worden ontwikkeld.

Licentieverkoop

In 2014 werden de nodige veranderingen doorgevoerd in de licentieverkoop op de keurmerken 'Beste in de test' en 'Beste koop'. Zo werd begin 2014 een begin gemaakt met een vergoeding die afhankelijk was van de manier waarop een fabrikant het predicaat communiceerde. Als een fabrikant het predicaat alleen op zijn website toonde, kon dit tegen een lagere prijs dan wanneer hij ook op televisie met het predicaat communiceerde.

Ook in de toekenning van licenties veranderde er in 2014 het nodige. Tot 2014 konden meerdere producten, met bijna even hoge testoordelen, het predicaat 'Beste uit de test' krijgen. Hierdoor werden meer predikten uitgegeven. Het zorgde echter wel voor verwarring. Welk product is nou echt de beste? Daarom werd besloten om voortaan één product 'Beste uit de test' te noemen. Eén uitzondering: bij een gedeelde eerste plaats - dus als meer producten exact hetzelfde hoogste testoordeel hebben - krijgen ze allemaal het keurmerk 'Beste uit de test' toegewezen. Ook voor de 'Beste Koop' geldt vanaf 2015 dat in principe één product of dienst per categorie het predicaat Beste Koop krijgt. De keurmerken van de Consumentenbond zijn dus exclusiever geworden, waardoor er minder licenties op het gebruik van deze keurmerken uitgegeven kunnen worden.

In 2014 werden 162 licenties afgenomen. Dat waren er minder dan in 2013. Dit had als voornaamste oorzaak de genoemde verandering bij de toekenning van de licenties 'Beste uit de Test' en 'Beste Koop'. De omzet steeg echter wel, hetgeen komt door de genoemde prijsdifferentie. De Consumentenbond controleerde streng op correct gebruik van de toegekende licenties. Hierdoor nam het oneigenlijk gebruik ervan door bedrijven af. Tegelijk zorgde ook de predicaatverkoop dat de Consumentenbond volop aanwezig was in de media.

3.2.6 Beurzen

In 2014 nam de Consumentenbond deel aan vijf grote publieksbeurzen, wat leidde tot goede zichtbaarheid bij het grote publiek. Het was tevens een mogelijkheid om in contact te komen met onze achterban. De Vakantiebeurs was de eerste beurs. Daarna volgden de Huishoudbeurs, de Negenmaandenbeurs, de 50PlusBeurs en de Woonbeurs.

Op de Negenmaandenbeurs verkochten we Beste koop voor je Kind en vroegen we bezoekers naar een 'opt-in' voor de e-mail nieuwsbrief Beste Koop Tip. Op de 50plusBeurs werden boeken verkocht, wat een mooi resultaat opleverde. Op de Woonbeurs besteedden we ten slotte aandacht aan de verschillende manieren om te besparen met de Consumentenbond.

3.3 Dit doen we voor Consumenten

3.3.1 Tests en onderzoeken

De Consumentenbond helpt consumenten om de beste keuze te maken uit het overweldigende en soms ondoorzichtige aanbod van producten en diensten. Dat doen we door te laten zien hoe producten van elkaar verschillen op de meest relevante aspecten, en door producten ten opzichte van elkaar te beoordelen. Veel productgroepen testen we continu het hele jaar door, waardoor we steeds informatie bieden over het meest relevante aanbod in de markt. Omdat laboratoriumtesten vaak enige weken in beslag nemen, geven onze experts bij nieuwe producten vaak direct online een eerste indruk via tekst of video. Dit leidt tot heldere en actuele koopadviezen over welk product de beste kwaliteit heeft, welk de beste prijs-kwaliteitverhouding biedt en regelmatig ook welk product een regelrechte afrader is. Omdat niet iedere koper gelijk is en evenveel waarde hecht aan verschillende kwaliteitsaspecten, geven we bovendien zo veel mogelijk advies over hoe te kopen en waarop te letten.

De Consumentenbond onderscheidt zich van andere aanbieders van vergelijkende informatie door de kwaliteit, breedte en diepgang van het vergelijkend onderzoek. Waar anderen zich vooral richten op het vergelijken van productspecificaties en prijzen, testen wij zelf of samen met internationale zusterorganisaties actief en intensief de kwaliteit van producten en diensten.

Een tweede aspect waarmee we ons positief onderscheiden is het panelonderzoek. De Consumentenbond beschikt dankzij zijn grote achterban over een uniek potentieel aan consumenten dat continu meewerkt aan het beoordelen van producten.



Elektrische fietsen

uit onze test blijkt dat je inmiddels ook voor net boven de 1000 euro een prima elektrische fiets kunt kopen.

Het belangrijkste verschil met andere aanbieders van informatie blijft echter onze onafhankelijkheid. Voor de Consumentenbond staat het belang van de consument altijd voorop en dat uit zich ook in de manier waarop we producten testen. Testprotocollen worden door onze experts opgesteld, vaak in internationale samenwerking met andere consumentenorganisaties. De te testen modellen kopen we waar mogelijk zelf, in gewone winkels, om te voorkomen dat we geprepareerde modellen krijgen. Vervolgens laten we ze door onafhankelijke laboratoria testen. Ook in de manier waarop we producten en aanbieders presenteren in onze online vergelijkers en overstapservices bewaken we onze onafhankelijkheid. Om de kosten van onze overstapservices - die ook voor niet-leden open staan - te dekken, ontvangen we vergoedingen van bedrijven voor consumenten die via onze site voor hun product kiezen. Dit geven we op zo'n manier vorm dat onze onafhankelijkheid niet in het geding komt. We laten altijd zoveel mogelijk de hele markt zien, niet alleen bedrijven die een overstapvergoeding betalen. We zijn transparant over de vergoeding die we ontvangen, en de overstapvergoeding is voor alle partijen gelijk, zodat het voor de Consumentenbond geen verschil uitmaakt welke aanbieder bovenaan komt. In de goed georganiseerde en gereguleerde Nederlandse samenleving wordt nogal eens gedacht dat het belang van testen afneemt omdat er "eigenlijk geen slechte producten meer zijn". Ook in 2014 hebben we het tegendeel bewezen. Tal van producteigenschappen zijn door consumenten nauwelijks te beoordelen; fabrikanten maken nog altijd onzinnige en misleidende productclaims, dienstverleners presteren onder de maat, en binnen productgroepen waar weinig kwaliteitsissues zijn, zien we soms wel gigantische prijsverschillen.

Een zeer selecte greep uit de bevindingen uit onze onderzoeken in 2014:

- *Belastingtelefoon*: werkwijze aan de kaak gesteld. De kritiek is erkend door de Belastingdienst die professionele belastingadviseurs heeft ingeschakeld voor lastigere vragen.
- *Financieel adviseurs*: veel adviseurs hebben nauwe banden met aanbieders en maken een onvolledige vergelijking tussen financiële producten.
- *Smartphone-apps*: het is vaak totaal onduidelijk wat ze voor data over je verzamelen, voor wie en waarvoor.
- *Honing*: veel aandacht voor de 'ontmaskering' van de productclaims van enkele soorten honing.
- *Koffiecupps*: de Lungo van Nespresso blijkt in onze smaaktest en prijsvergelijking niet alleen bijna twee keer zo duur te zijn als het alternatief van Lidl, maar ook nog eens minder lekker gevonden te worden door het smaakpanel.
- *Elektrische fietsen*: uit onze test blijkt dat je inmiddels ook voor net boven de 1000 euro een prima elektrische fiets kunt kopen.
- *Barbecues*: De Beste uit de test én Beste koop kost bijna een zesde van de nummer 2 uit de test en scoort beduidend hoger.
- *Brood*: Er zijn vaak weinig granen terug te vinden in meergranenbrood.

- *Kruimelzuigers*: voor enkele tientjes heb je een prima kruimelzuiger, die zich prestaties kan meten met een 'normale' stofzuiger, maar een kruimelzuiger van een gerenommeerd merk als Siemens blijkt met een Testoordeel van 2,7 een echte Afrader.
- *Verzekeringen*: we publiceerden een top 10 onzinverzekeringen met de Pechhulp Thuisverzekering van Centraal Beheer als "winnaar"
- *Tandpasta*: de Beste uit de test is ook Beste koop en kost slechts een kwart van de onderste uit de test.
- *Koksmessen*: veel koksmessen vallen door de mand omdat ze bij aankoop niet scherp blijken en direct een slijpbeurt nodig hebben.
- *Superfoods*: claims bij vier van de op acht 'onzin'.
- *Eerste uitgiftegesprek door apothekers*: slechts één van de 39 onderzochte apotheken voldeed aan de eigen regels.

3.3.2 Online

De website van de Consumentenbond biedt veel meer dan alleen test- en productinformatie. Vrijwel alle gemak- en voorbeeldiensten die we aanbieden lopen via de website. Leden en niet-leden kunnen er campagnes en acties volgen of eraan meedoen. Ook kunnen ze geld besparen door gebruik te maken van overstapservices zoals de Zorgvergelijker en de Autoverzekeringvergelijker of door deel te nemen aan het Energiecollectief. Leden kunnen complexere diensten vergelijken met behulp van geavanceerde en verfijnde keuzehulpen die adviseren

op basis van persoonlijke wensen en voorkeuren.

Ons online Klachtenkompas, waar consumenten hun klacht over een product of bedrijf rechtstreeks met het betreffende bedrijf kunnen afwikkelen, heeft zijn waarde voor consumenten ook in 2014 bewezen. Meer bezoeken, meer deelnemende bedrijven en meer opgeloste klachten.

In 2014 is gestart met het opbouwen van de Consumentenbond community. Via de community vergroten we de interactie en binding tussen consumenten onderling en met de Consumentenbond. We bieden een platform waar consumenten onderling kennis en ervaring uitwisselen. Een platform waar ook de experts van de Consumentenbond zelf kennis inbrengen door te participeren en te initiëren. Maar ook een platform waar de Consumentenbond voeding vanuit consumenten krijgt voor bijvoorbeeld onderzoek, acties en dienstverlening.

Het opbouwen van relaties kost tijd, maar ze zijn de kern van een community. De introductie, medio 2014, was dan ook niet een interne aangelegenheid, maar juist een met een kerngroep van 25 betrokken consumenten. Om daarna met de Consumentenbond 'onder water' de community te gaan gebruiken en met hun feedback de eerste versie te optimaliseren. Om vanaf 1 augustus de community officieel te lanceren en te activeren. En met resultaat! 1 december verwelkomden wij de 1.000e actieve gebruiker en eind 2014 waren er 2.500 reacties geplaatst in 338 discussies. Maar de waarde zit vooral in de impact van deze interacties. Enkele voorbeelden:

- Consumenten wisselen onderling ervaringen en kennis uit.

- Lotgenoten vinden elkaar bij een misstand, waarna de Consumentenbond deze onvrede breder naar buiten brengt. Dit gebeurde bijvoorbeeld bij de gedwongen overstap naar een nieuwe provider die Cogas haar klanten oplegde nadat ze de samenwerking met Ziggo had beëindigd.
- Een virtueel live-event op de community leidt tot waardevolle nieuwe content over zorgverzekeringen voor andere consumenten.
- De community biedt lezers van de Consumentengids de mogelijkheid om verder in gesprek te gaan over het thema.
- Actieve discussies zorgen voor zichtbaarheid voor andere consumenten én externe media die het oppakken, bijvoorbeeld onvrede over de OV-chipkaart in RTLnieuws.
- Consumenten gaan direct in gesprek met het actieteam om samen te werken aan een actie of input te geven aan de campagneleider.
- Niet alleen online, maar ook offline brachten we mensen bij elkaar tijdens het spreekuur zorgverzekeringen.

Deze interactie, feedback en opvolging wordt als toegevoegde waarde gezien door consumenten: *“Voor mij wordt de Consumentenbond pas weer attractief wanneer de interactieve gedachte, zoals dit forum, doorzet (...)!”*

Het totale webbezoek steeg in 2014 flink: van 24 miljoen bezoeken in 2013 naar bijna 30 miljoen in 2014.

3.3.3 Boeken en bladen

Tegen alle trends in ging het ook in 2014 goed met de printuitgaven van de Consumentenbond. De stijging van het aantal abonnees op de Consumentengids in 2013 zette ook in 2014 door met zo’n 2%. De oplage van de gratis special Consumentengids Auto lag met 147.750 exemplaren in 2014 weer hoger dan het jaar ervoor en was daarmee de hoogste ooit. Al met al daalde het totaal aantal abonnementen op de special interest-bladen met 1%, maar de begrote omzet werd gehaald.

Minder goed ging het met de doelgroep-uitgaven Miss Perfect en Beste koop voor je Kind. Na de tegenvallende resultaten in 2013 liet Miss Perfect ook in 2014 niet de gewenste groei zien en we stopten deze uitgave begin 2014. Ook de resultaten van Beste Koop voor je kind bleven flink achter. We besloten de gedrukte uitgave van dit magazine na het eerste nummer van 2015 te staken en het content-domein Baby & kind de komende jaren online verder uit te gaan bouwen. Dankzij kostenbesparingen op vooral vormgeef- en content-kosten en het stopzetten van Miss Perfect, was de positieve marge voor de printuitgaven in 2014 zo’n 6% hoger dan begroot.

De afzet van de Consumentenbondboeken liep in 2014, zoals eerder gememoreerd, met 6% terug. Wel behaalden we nog steeds een zeer positieve marge met de boeken.

We verkochten een steeds groter deel van de boeken via onze eigen webshop (36%) en het percentage verkochte e-books steeg licht naar ruim 6%.

Flink in de lift zat ook CB Kiosk, de gratis app waarmee abonnees hun bladen ook digitaal kunnen lezen. Van deze app lanceerden we in 2014

naast de tabletversie ook een smartphoneversie en het gebruik steeg flink. Eind 2014 had de app circa 55.000 gebruikers.

De klanttevredenheid over de bladen steeg in 2014 over de hele linie. Het gemiddelde rapportcijfer is 7,68. Het hoogste rapportcijfer ooit bij de Consumentenbond was een 7,93 voor de vernieuwde Gezondgids van augustus, het laagste cijfer in 2014 was een 7,48 voor het juli-nummer van de Reisgids.

Voor alle bladen werd in 2014 kwalitatief onderzoek gedaan en een restylingstraject in gang gezet. De Digitaalguides en Gezondgids verschenen als eerste in een geheel nieuw jasje en dat zorgde in beide gevallen direct voor een hogere lezerswaardering. De restyling van Consumentengids, Geldgids en Reisgids werd in 2014 in gang gezet en zal in 2015 zijn beslag krijgen. Een kleine greep uit de vele publicaties in 2014:

Hoog gewaardeerd in de Consumentengids in 2014 was het artikel in het nummer van maart over de top 10 van onzinverzekeringen. Veel lezers waren daarnaast te spreken over het artikel – en de campagne – Kletsplaatjes, over onzinclaims op voedsel-etiketten. Ook veel aandacht in de media kreeg de Consumentengids verder door de ‘ontmaskering’ van enkele soorten honing in november. Verder gooiden enkele artikelen over de gevaren van en de problemen bij online winkelen in 2014 hoge ogen.

De Gezondgids bracht in februari het nieuws dat 30 van de 50 huisartsen niet goed meewerkten bij het verstrekken van het medisch dossier en in april dat twee derde van deze dossiers niet op orde was. Dit leverde veel publiciteit en kamervragen op.

Ook de test glutenvrij brood in april was spraakmakend, dergelijk brood is vaak brezout. Een onderzoek naar vitaminepillen in december kreeg eveneens veel aandacht in de media: hoog gedoseerde multivitaminen en vitamine B-pillen bevatten zo veel vitamine B6 dat ze schadelijk kunnen zijn.

De Geldgids stelde in 2014 opnieuw misstanden bij woekerpolissen aan de kaak in diverse artikelen: ‘Verbeterpolis’ in juni, ‘Geheime deals’ in september en ‘Het gemene dozijn’ in december. Dit leverde veel publiciteit en lezersreacties op.

Naar aanleiding van een kritisch artikel over het functioneren van de Belastingtelefoon (februari) onderzocht het Ministerie van Financiën het functioneren van deze hulpdienst en die veranderde daarna haar werkwijze grondig.

De Digitaalguides schakelde in 2014 ‘ethische’ hackers in voor een hackexperiment met phishingmails. Binnen een mum van tijd kregen zij veel waardevolle privé-informatie in handen van de deelnemende Consumentenbond-medewerkers.

In november publiceerde de Digitaalguides een spraakmakend artikel over nepwebwinkels, die als paddenstoelen uit de grond schieten en na het weekend weer verdwijnen.

Samen met de afdeling B&C stelde de Digitaalguides in 2014 enkele misstanden aan de kaak: over apps die mistig doen over welke data ze nu verzamelen en waarvoor, over de toestelsubsidie van KPN en Vodafone die inmiddels verboden is, over het feit dat je met lege handen staat als je provider de beloofde internetsnelheid niet haalt.

Opmerkelijk hoog bij de Reisgids scoorden in 2014 een artikel over pinnen in het buitenland en de test kortingssites. Bij die test bleek dat

de meeste aanbieders sinds de vorige test hun leven gebeterd hebben, maar het blijft oppassen.

Qua bestemmingen scoorden de verhalen over Gent en de Noorse postbootreis Hurtigruten het hoogst. De Reisgids liet in 2014 ook zien dat het online kopen van een internationaal treinkaartje, vooral naar minder bekende plaatsen, niet eenvoudig is. Voor maar 2700 van de 85.000 Europese stations kun je online een kaartje kopen.

Bij de boeken waren goed scorende titels in 2014 (naast zoals gebruikelijk de jaarlijkse Belastinggids) 'Online privacy & veiligheid', 'Mijn vermogen en de AWBZ' en 'Het Keuzedieet kookboek'. Van de nieuwe titels die dit jaar verschenen viel het boekje 'Bespaar energie' het minst in de smaak.

3.3.4 Service & Advies

Telefonisch contact en persoonlijk advies in het bijzonder worden nog altijd zeer gewaardeerd door onze klanten. In 2014 handelden we ongeveer 80.000 telefonische en schriftelijke vragen van consumenten af, de klantwaardering hiervoor steeg licht naar een rapportcijfer van 8,4. We hebben in 2014 extra service verleend aan consumenten bij het vinden van de beste zorgverzekering. Tijdens de zorgcampagne in november en december was het aantal experts aan de telefoon uitgebreid en we organiseerden een geslaagd en gewaardeerd evenement in Den Haag om leden persoonlijk te helpen bij hun keuze.



 Ticke

 Tick

 Tickets

OP 9 JULI SCHAFTEN HET PAPIEREN TREINKAARTJE AF

Treinreizen werd daardoor ingewikkelder en duurder. De Consumentenbond opende een meldpunt en ontving meer dan 2500 reacties. Begin oktober werd de analyse ervan gepresenteerd aan de NS en werd snelle verbetering geëist.

110
Automaat buiten dienst?

- Treinreizen zijn duurder, het systeem is niet meer in staat om de juiste kaart te selecteren.
- De kaart is niet meer geldig, het systeem kan de kaart niet meer herkennen.

Problemen?

- Bel 0900 0142 (gratis).
- Meldpunt consumenten: 116.

Voorkom pasfraude

Let op: pasfraude is strafbaar. Het is niet toegestaan om een pas te kopiëren of te versneden te gebruiken.

LET OP! Het is niet toegestaan om een pas te kopiëren of te versneden te gebruiken.

4 Belangenbehartiging en Communicatie

4.1 Inleiding

De Consumentenbond organiseerde in 2014 dertig acties, soms kort en krachtig, soms onderdeel van een lang lopende campagne. Variërend van de actie vóór scherpere zorgpremies vanwege te hoge winsten en reserves van zorgverzekeraars tot de verkiezing van de Misprijs van het Jaar.

Deze acties deed de Consumentenbond vooral dankzij de inzet en actieve bijdrage van consumenten zelf. Ruim 125.000 consumenten stuurden een e-card, plaatsten een klacht of melding, betuigden hun steun, tekenden een petitie of deden mee aan een poll of quiz. Meer dan 2 miljoen consumenten bezochten de website van de Consumentenbond voor één of meer acties. De Consumentenbond was daarnaast regelmatig aanwezig in de sociale media: meer dan 1,25 miljoen keer werden de actiepagina's op Facebook bezocht en via Twitter werden meer dan 15 miljoen mensen bereikt.

In de media was de Consumentenbond zichtbaarder dan ooit. De woordvoerders in het communicatieteam ondersteunden alle acties en campagnes, en brachten boodschappen in vele media voor het voetlicht. Daarnaast schonken zij aandacht aan alle nieuwswaardige uitingen in onze (print)uitgaven, op de website, en aan belangrijke nieuwe producten en diensten van de Consumentenbond.

In totaal was de Consumentenbond ruim 400 keer te zien en horen op

landelijke-, regionale tv en radio. Zo verscheen de Consumentenbond 102 keer op landelijke tv, met een zeer divers palet aan onderwerpen. In online nieuwsmedia werd de Consumentenbond bijna 20.000 keer genoemd. De geschatte mediawaarde van al onze print en online vermeldingen (dus exclusief radio en tv) bedraagt ruim 20 miljoen Euro. Films en video's over onze acties en campagnes werden op de website en ons eigen YouTube kanaal bijna 45.000 keer bekeken.

Maar 't allerbelangrijkste blijft waar de Consumentenbond het allemaal voor doet: concrete verbeteringen voor alle consumenten!

4.2 Acties en campagnes

Een aantal belangrijke en spraakmakende acties en campagnes wordt onderstaand nader toegelicht:

- De Consumentenbond had zich lang niet geroerd in de *woekerpolisaffaire*, maar deed dit eind 2014 weer, omdat miljoenen gedupeerden nog steeds onrechtvaardig werden behandeld. De Consumentenbond eiste van verzekeraars een hogere schadevergoeding voor alle gedupeerden, plus een door hen betaald 'hersteladvies' voor consumenten. Dit pleidooi kreeg veel aandacht in de media en in de politiek – er werden Kamervragen over gesteld.

- Nationale-Nederlanden was de eerste verzekeraar die door ons direct werd aangesproken. Deze actie werd samen met de claimorganisatie Wakkerpolis uitgevoerd. Stappen tegen andere verzekeraars volgen in 2015.
- Bijna twee jaar liep de campagne '*Kletsplaatjes*', waarin levensmiddelen-fabrikanten aan de schandpaal werden genageld die het niet zo nauw namen met eerlijke consumenteninformatie. Hiervoor werd online een 'Wall Of Shame' opengesteld. In augustus werd deze campagne afgerond met de verkiezing van de grootste 'Klets-majoor'. Albert Heijn werd de 'trotse' winnaar met zijn guacamole dip die slechts 0,7% avocadopoeder bevatte. Hierop haalde AH deze dip uit de schappen.
- Al in april spraken diverse partijen in een zorgakkoord af om de *vrije artsenukeuze* te gaan beperken. Vanaf het begin heeft de Consumentenbond zich hiertegen verzet. Dit verzet oogstte vanaf het begin veel maatschappelijke steun, vooral op sociale media. In het najaar werd aangesloten bij een brede coalitie van zo'n 70 organisaties (met o.a. VVAA, VPH en Abvakabo), met dezelfde doelstelling. Ondanks een intensieve lobby van de Consumentenbond nam de Tweede Kamer het voorstel aan. Een vergelijkbare lobby ondernam de Consumentenbond in de Eerste Kamer en die wees tegen alle verwachtingen in, medio december, het voorstel af. Daarop kondigde het kabinet nieuwe maatregelen aan, deze zaak zal in 2015 nog een vervolg krijgen.
- Voor het tweede jaar werd actie gevoerd tegen *oneerlijke praktijken van telecomaanbieders*. In 2013 was dat voor het behoud van

beltegoed, in 2014 voor het afronden van telefoongesprekken op seconden (in plaats van op minuten). We berekenden dat klanten door dit laatste in totaal iedere maand 21 miljoen Euro te veel betaalden. De actie leidde tot verbeteringen. Zo ronden KPN en Hi nu in alle nieuwe abonnementen af op seconden. Vodafone is met één abonnement met een langer houdbaar beltegoed gekomen.

- In januari werd de actie '*Boekingskosten in de aanbiedingsprijs!*' georganiseerd, onderdeel van de in 2013 gestarte campagne 'Stop Prijsmisleiding'. De Consumentenbond eiste dat onverwachte 'boekingskosten' in de geadverteerde reisprijs opgenomen zouden worden. In oktober werden auto-importeurs aangesproken om de kosten voor het rijklaar maken van nieuwe auto's aan de catalogusprijs toe te voegen. In de aanloop naar Sinterklaas werd vastgesteld dat veel online speelgoedverkopers, met name Bol.com, misleidende 'van/voor-prijzen' hanteerden. Diverse aanbieders van zulke 'nepaanbiedingen' beloofden beterschap.
- In februari werd de '*Rekeningchecker*' gelanceerd; een online tool die informeerde over rechten en plichten bij het ontvangen van incasso's en onterechte rekeningen. Deze actie maakte deel uit van de in 2013 gestarte campagne 'Haal Je Recht'. Er werd met alle grote openbaar vervoerders en Trans Link Systems afgesproken dat er één loket voor alle OV-chipklachten zou komen. Dat loket kwam er in de zomer van 2014. In het voorjaar lobbyde de Consumentenbond in zowel Eerste als Tweede Kamer tegen de bezuinigingen op de gefinancierde rechtsbijstand en voor handhaving van de toegang van burgers tot het rechtssysteem. Staatssecretaris Teeven (Justitie) stapte af van zijn voornemen om consumentengeschillen niet in

aanmerking te laten komen uit gefinancierde rechtsbijstand.

- In 2014 werd voor de tweede keer veel aandacht besteed aan te *hoge winsten en reserves van zorgverzekeraars*, met als doel een lagere zorgpremie voor 2015. De Consumentenbond organiseerde een e-card-actie, waarbij consumenten een digitale kaart naar hun verzekeraar stuurden; meer dan 47.000 mensen deden dit. De meeste verzekeraars verhoogden echter wel hun premies, maar stelden dat zij dit, door inzet van een deel van hun reserves, hadden beperkt. Verzekeraars spraken met de minister van VWS af voortaan verantwoording af te leggen over de opbouw van premies.

Vermeldenswaardig zijn verder nog de volgende wapenfeiten en ontwikkelingen:

- In januari tekenden minister Schippers (VWS) en de levensmiddelenindustrie een akkoord over *verbetering van de samenstelling van voedingsmiddelen*, onder andere inzake de door de Consumentenbond bepleite zoutreductie.
- In januari zegde de *kinderopvang*, onder druk van een door de Consumentenbond aangespannen rechtszaak, toe voortaan de (wettelijk verplichte) *opzegtermijn van maximaal één maand* te gaan hanteren. Na signalen dat diverse organisaties zich niet aan deze afspraak hielden, werd een witte en zwarte lijst op de website van de Consumentenbond gepubliceerd.
- Op 1 maart werden door alle ziekenhuizen voor het eerst *sterftecijfers* openbaar gemaakt. Vanuit de Consumentenbond was daar al jarenlang op aangedrongen.

- In het voorjaar ontving de Consumentenbond vele vragen over de nieuwe *eerste uitgifte van medicijnen*. Er werd een poster ontwikkeld ter verduidelijking van de regels, en deze werd aan alle openbare apotheken, poliapotheken en apotheekhoudend huisartsen gestuurd. In de zomer liet de Consumentenbond met een onderzoek weten dat slechts één van 39 geteste apotheken zich hield aan alle voorwaarden van het 'eerste-uitgiftegesprek'. Wel berekenen ze allemaal kosten.
- Dit voorjaar bracht *ING Bank* zichzelf in diskrediet door openlijk het voornemen te uiten om *betaalgegevens van klanten te gaan gebruiken*. ING trok mede door druk van de Consumentenbond het voornemen in.
- Uit een eigen enquête bleek dit voorjaar dat de helft van de Nederlandse consumenten vond dat de *cookiewet hun privacy onvoldoende beschermt*; een meerderheid (71%) wilde tracking cookies blokkeren. Deze resultaten werden onder de aandacht van de politiek gebracht.
- In het voorjaar sprak de Consumentenbond met Thuiswinkel.org, *nieuwe algemene voorwaarden voor webwinkels* af. Deze voorwaarden gaan gelden voor de circa 6000 leden van Thuiswinkel en van de Stichting Webshop Keurmerk.
- Op 9 juli schafte *NS* het *papieren treinkaartje* af. Treinreizen werd daardoor ingewikkelder en duurder. De Consumentenbond opende een meldpunt en ontving meer dan 2500 reacties. Begin oktober werd de analyse ervan gepresenteerd aan de NS en werd snelle verbetering geëist.

- Uit de vele meldingen op het meldpunt *medische missers* van de Consumentenbond (uit de campagne 'Kiezen Moet Kunnen'), heeft de Inspectie voor de Gezondheidszorg (IGZ) elf klachten gekozen voor nader onderzoek. Acht hiervan hebben inmiddels al tot een vervolgactie door de IGZ geleid.
- In augustus werd door de Consumentenbond bepleit dat *banken en verzekeraars de rapportcijfers openbaar moesten maken* die zij van de Autoriteit Financiële Markten krijgen voor klantgerichtheid. Enkele verzekeraars deden dit daarop ook.
- Eind augustus werd een actie gestart voor *hogere spaarrentes*. Bijna 1400 consumenten meldden hun onvrede over de (soms extreem) lage rente die zij van hun bank ontvingen. De meeste meldingen betroffen de drie grootste banken, maar ASN Bank sprong eruit met relatief veel ontevreden klanten.
- In september startte de campagne '*Helder over online privacy*'. De Consumentenbond beoordeelde en bekritiseerde de privacy-verklaringen van 11 Nederlandse apps en vijf merken smart-tv's, en stelden vast dat die erg algemeen en slecht leesbaar waren. Meer dan 4000 consumenten steunden dit pleidooi. De Bijenkorf (app) en TP-Vision (Philips tv's) beloofden hun beleid te wijzigen.
- In 2013 bekritiseerde de Consumentenbond de *kosten die verpleeg- en verzorgingshuizen bewoners ten onrechte in rekening brachten*. In 2014 leidde dat tot terugbetaling van ca. €120.000,- aan ca. 300 gedupeerden.
- In november werd het *retourbeleid van 210 webwinkels* onderzocht. Een flink deel bleek niet op tijd terug te betalen, en retourneerden ten onrechte de bezorgkosten niet. Webwinkels werden op fouten aangesproken, diverse zegden verbetering toe.
- Op het meldpunt '*Zorg Mijden*' kwamen bijna 500 meldingen binnen. Mensen bleken dit inderdaad te doen uit angst voor de kosten die zij door het eigen risico zelf moeten betalen. Op 18 oktober sprak Bart Combée hierover op tv in Kassa. Minister Schippers (VWS) kondigde een eigen onderzoek aan, waarin deze meldingen werden meegenomen.
- In 2014 werd veel aandacht besteed aan gesjoemel met voedsel. Zo werden er '*7 Maatregelen tegen voedsel fraude*' geformuleerd en pleitte de Consumentenbond voor veel hogere boetes bij overtreding van de Warenwet. In november bleek uit een eigen test dat fabrikanten en supermarkten niet de bloemenhoning verkopen die zij klanten beloven. Lidl haalde deze honing uit voorzorg uit de schappen, en de Nederlandse Voedsel en Warenautoriteit kondigde een onderzoek aan.
- Eigen onderzoek wees in december uit dat veel *datingsites onduidelijk zijn over de kosten* en het opzeggen van een abonnement. De aanbieders met wie wij dit jaar tweezijdige voorwaarden zijn overeengekomen, hebben onze kritiek direct ter harte genomen en hun voorwaarden aangepast.

4.3 Kwantitatief overzicht van de resultaten

Afspraak	KPI (budget 2014)	Realisatie 2014
Aantal acties	20	30
Actieve deelnemers	150.000	125.548
Bezoek Actieplatform	1.500.000	2.047.309
Bezoek Facebook	250.000	1.255.168
Bereik Twitter	4.000.000	15.560.120
Views You Tube	-	44.731
Optredens landelijke tv	50	102
Optredens landelijke radio	50	134
Landelijke dagbladen	500	638
Regionale dagbladen	-	889
Regionale radio	-	152
Online (nieuws)media	15.000	19.977
Aantal site/persberichten	-	226

4.4 Internationale vertegenwoordigingen

Ook in 2014 behartigde de Consumentenbond de belangen van de consument in diverse nationale en internationale organisaties en fora. Kort de belangrijkste internationale vertegenwoordigingen:

- **BEUC.** Het Bureau Européen des Unions de Consommateurs, de Europese koepel van en voor meer dan 40 onafhankelijke nationale consumentenorganisaties uit meer dan 30 Europese landen. Wij waren ook in 2014 vertegenwoordigd in het bestuur.
- **ECCG.** Samen met enkele nationale organisaties waren we actief lid van de European Consultative Consumer Group, het consumentenplatform van de Europese Commissie.
- **TACD.** In de zomer vond in Washington een bijeenkomst plaats van de Trans Atlantic Consumer Dialogue. Belangrijkste discussiepunt vormde het op handen zijnde vrijhandelsverdrag tussen VS en EU (TTIP).
- **CI.** Consumers International vormt de mondiale koepel van enkele honderden consumentenorganisaties
- **ICRT.** International Consumer Research & Testing, wereldwijd samenwerkingsverband voor tests van consumentenorganisaties. Bart Combée was in 2014 voorzitter van het bestuur.

4.5 Anne Fransen Fonds

Projecten

Het Anne Fransen Fonds heeft in 2014 zes projecten uitgekozen voor financiële ondersteuning. Consumers International selecteerde in februari 20 projecten uit 46 aanvragen. Het bestuur koos daaruit 6 projecten.

Het bestuur hanteerde bij de discussie de eerder vastgestelde criteria, te weten:

- Het project heeft betrekking op één of meer van de acht consumentenrechten.
- Het project is kleinschalig, afgebakend, of onderdeel van groter geheel.
- Overhead en indirecte kosten bedragen maximaal 40% van het budget.
- Het (deel)project heeft een tijdsspanne van maximaal een jaar.
- De doelstellingen zijn helder, gestructureerd, efficiënt en concreet geformuleerd.

Het bestuur besloot unaniem tot de volgende projectsubsidies:

I

ADELCO, Accion del Consumidor.

Buenos Aires, Argentinië

Het project van de Argentijnse consumentenorganisatie wil vrouwen onderwijzen over onderwerpen als voeding, gezondheid en milieu en daarmee de kwaliteit van leven van gezinnen in sociaal en economisch kwetsbare buurten verbeteren.

€9000,- is toegekend.

II

ASCOMA, Association des consommateurs du Mali.

Bamako, Mali

ASCOMA wil een campagne organiseren over consumentenrechten en rechtsmiddelen met de nadruk op huurcontracten.

€9000,- is toegekend.

III

BSSC, Benin Sante et Survie du consommateur.

Cotonou, Benin

De consumentenorganisatie BSSC wil bijdragen aan het verhogen van de bewustwording van de schadelijke effecten van nepmedicijnen.

€9000,- is toegekend.

IV

LIDECONIC, Liga por la Defensa del Consumidor de Nicaragua.

Managua, Nicaragua

Belangrijkste doelstelling van het project is het beïnvloeden en bevorderen van de rechten van de consument in drie wijken in de hoofdstad Managua door studie en verspreiding van het consumentenrecht.
€9000,- is toegekend.

V

Tribuna Ecuatoriana de Consumidores y Usuarios.

Quito, Ecuador

Dit project wil een bijdrage leveren aan het onderwijzen van jonge consumenten in de voedingswaarde-etikettering van levensmiddelen.
€9000,- is toegekend.

VI

VINASTAS.

Hanoi, Vietnam

Dit project heeft als doel om door middel van voorlichting en belangenbehartiging een betere bescherming van de belangen van de consument met betrekking tot het recht op veiligheid (van levensmiddelen zoals groenten en fruit) in Vietnam te bewerkstelligen.
€9000,- is toegekend.

In totaal is met bovenstaande selectie in 2014, €54.000,- verstrekt aan projectfinanciering. De verdeling van de projecten over de regio's was goed en het betrof allemaal specifiek consument gerelateerde projecten.



5 Toekomst van de Consumentenbond

De Consumentenbond heeft al flinke stappen gezet in het vergroten van het bereik en het verlagen van de drempels tot deelname, bijvoorbeeld met tal van overstapservices en collectieven, maar ook met gratis diensten zoals ons Klachtenkompas. Komend jaar werken we verder aan de groei van de beweging door sterker het accent te leggen op deelname en interactiviteit. Het vergroten van de betrokkenheid en actieve bijdrage van consumenten bij ons werk is een belangrijk speerpunt.

De community gaat fors groeien; er wordt meer en beter gebruik gemaakt van klantsignalen en consumenten gaan meer bijdragen aan onze content. Daarnaast experimenteren we met diverse vormen van crowdfunding. Onze communicatie gaat de overgang van een gesloten vereniging naar een open beweging ondersteunen: de producten en de benefits voor de consument staan centraal en niet het lidmaatschap. Daar past ook bij dat we werk maken van content-on-demand. In 2015 willen we daar een aantal initiatieven voor starten.

De pogingen om met nieuwe printuitgaven nieuwe doelgroepen te bereiken zijn helaas nog niet succesvol gebleken. We gaan ons daarom sterker richten op de verbinding van print, website en social media om in te spelen op de behoeften van klanten binnen een bepaald thema. We gaan ervaring opdoen met 'inline' concepten, waarmee we be-doelen dat we voor een betere en rijkere klantervaring willen zorgen door onze offline en online activiteiten beter op elkaar af te stemmen.

We beginnen daarmee op de domeinen Reizen en Baby & kind.

Binnen de online strategie zijn grote stappen gezet als het gaat om interactiemogelijkheden en performance van de website. Komend jaar gaan we daarmee verder en willen we de snelheid van de online vernieuwing verhogen. In 2015 zullen onder andere heringerichte online dossiers voor gebruikers meer zichtbaar zijn.

Iedereen zal de Consumentenbond herkennen op onze kernwaarden onafhankelijkheid, betrouwbaarheid, deskundigheid en persoonlijke relevantie. Maar die waarden houden alleen hun betekenis als we ze in ons dagelijks werk actief onderhouden en blijven nadenken hoe we juist op die punten het verschil kunnen maken. Om die reden is de Consumentenbond in het afgelopen jaar een uitgebreid traject gestart om onze onafhankelijkheid te borgen. Dat helpt ons om de juiste keuzen te blijven maken, en inspireert ons. In 2015 zetten we dat voort.

A woman with long, flowing red hair is riding a white bicycle on a paved path that runs along a grassy dune. She is wearing a denim jacket and a floral skirt. The path leads towards a line of wind turbines in the distance. To the right of the path is a body of water with a few sailboats visible. The sky is filled with large, white clouds. The overall scene is bright and sunny.

DE CONSUMENTENBOND WIL NIET
ALLEEN LEDEN TER WILLE ZIJN, MAAR
OOK VOOR NIET-LEDEN EEN VRAAG-
BAAK EN EEN GIDS ZIJN.

6 Goed bestuur bij de Consumentenbond

Vrijwel vanaf de oprichting in 1953 is de Consumentenbond een vereniging van individuele leden, georganiseerd via het Raad-van-Toezicht-model. De spelregels van de vereniging zijn vastgelegd in de statuten van de Consumentenbond en nader uitgewerkt in reglementen voor de Bondsraad en de Raad van Toezicht. In de loop van het jaar werd door de Bondsraad een geactualiseerde versie van het Reglement Werksaamheden RvT goedgekeurd, de Statuten bleven ongewijzigd.

In de vertrouwde governance-structuur van de Consumentenbond zijn in het verslagjaar geen wijzigingen aangebracht: de Raad van Toezicht, bestaande uit zeven leden die zijn benoemd door de Bondsraad, houdt toezicht op (het beleid van) de Directie, de uitvoering door het bureau van de strategie en het goed functioneren van de organisatie als zodanig. De Raad van Toezicht vervult daarnaast de rol van werkgever (inclusief de verantwoordelijkheid voor het beloningsbeleid) van de Directie en fungeert tevens als adviseur, gespreks- en sparringpartner van de directie. De Directie van de Consumentenbond, in de persoon van de algemeen directeur Bart Combée, is verantwoordelijk voor het besturen van de organisatie, de algemeen directeur is in vaste dienst van de vereniging.

6.1. De vereniging

6.1.1 Bondsraad

De Bondsraad, het ledenparlement van de Consumentenbond, is het hoogste orgaan van de vereniging. De Bondsraad bestaat uit maximaal 75 leden en komt tweemaal per jaar bijeen voor het uitzetten van de grote lijnen via Strategienota en Meerjarenraming. Elk van deze plenaire vergaderingen wordt voor-besproken in een drietal regionale Bondsraad-bijeenkomsten (Den Haag, Zwolle en Eindhoven). De opstelling van de agenda voor en de procedurele voorbereiding van deze vergaderingen ligt in handen van de Bondsraadscommissie, in overleg met de Directie en de Raad van Toezicht.

In de voorjaarsvergadering in april stonden als gebruikelijk de jaarrekening en het jaarverslag centraal, met het bijbehorende accountantsverslag. Ook het verantwoordingsverslag van de Raad van Toezicht over 2013 kwam ter sprake. De najaarsvergadering werd gehouden in november en hield zich met name bezig met de meerjarenraming 2015-2017 en de jaarlijkse update van de strategienota. In beide vergaderingen gaf algemeen directeur Bart Combée een presentatie van de belangrijkste ontwikkelingen, activiteiten en resultaten van de Consumentenbond.

In de loop van het jaar was de Bondsraad verder nauw betrokken bij de voorbereiding van een aantal nieuwe lidmaatschapsproposities en de

bijbehorende tarieven. Een aantal van de periodieke discussiebijeenkomsten werden aan dit onderwerp gewijd, mede voorbereid door een speciale klankbordgroep uit de Bondsraad. De overige Bondsraad-discussieavonden van 2014 waren gewijd aan de 'online community', aan de gevolgen voor de consument van het provisieverbod voor financieel adviseurs en aan de werkzaamheden van het Centraal Bureau Fondsenwerving.

6.1.2 Raad van Toezicht

De samenstelling van de Raad van Toezicht (en de globale portefeuilleverdeling zoals die binnen de Raad van Toezicht is afgesproken) was in 2014 als volgt:

Voorzitter	Pieter Broertjes	(algemene strategie)
Vicevoorzitter:	Wop de Lange	(financiële zaken)
Leden:	Jozien Bensing	(onderzoek)
	Carola Hageman	(uitgeverij)
	Arnoud Klerkx	(ICT)
	Medy van der Laan	(belangenbehartiging)
	Paul Molenaar	(website)

Het rooster van aftreden ziet er per 31 december 2014 als volgt uit:

Najaar 2015:	Carola Hageman	(niet-herkiesbaar)
	Arnoud Klerkx	(niet-herkiesbaar)
	Medy van der Laan	(niet-herkiesbaar)
	Wop de Lange	(niet-herkiesbaar)

Najaar 2017:	Jozien Bensing	(niet-herkiesbaar)
	Paul Molenaar	(niet-herkiesbaar)
	Pieter Broertjes	(herkiesbaar)

Omdat er in de loop van 2015 vier vacatures zijn, werd vanuit de Raad van Toezicht eind 2014 al een commissie opgericht om voor tijdige en adequate opvolging te zorgen. Tevens verschenen er oproepen voor kandidaten op de website en in de Consumentengids van december.

De leden van de Raad van Toezicht vervullen naast hun werkzaamheden voor de Consumentenbond ook andere (neven)functies. Op het bureau van de Consumentenbond wordt hiervan een register bijgehouden, dat tevens is opgenomen in het Verantwoordingsverslag 2014 van de Raad van Toezicht (ook terug te vinden op de website van de Consumentenbond).

De Raad van Toezicht kwam in 2014 zes maal bij elkaar. De vergaderingen vonden plaats op 6 maart, 22 mei, 3 juli, 4 en 5 september, 1 november en 17 december. Belangrijkste onderwerpen in het verslagjaar waren jaarverslag en jaarrekening, meerjarenraming en begroting, update van de Strategienota, de nieuwe lidmaatschapsproposities voor 2015, het jaarplan 2015 voor het bureau en de periodieke financiële managementrapportages van de directie. Daarnaast was er aandacht, mede op basis van een extern advies, voor de mogelijkheden om in de toekomst de governance-structuur van de Consumentenbond te herijken. De discussie daarover wordt in 2015 verder gevoerd met de Bondsraad. Vanuit het bureau werden in de RvT-vergaderingen presentaties verzorgd over onder andere: de algemene marketingstrategie van de Consumentenbond, de Consumentenbond als 'beweging', de Consumentenbond als belangenbehartiger, de boeken en bladen van

de Consumentenbond en de plannen voor de vernieuwing van de Consumentengids.

Behalve bij de eigen bijeenkomsten waren de Raad van Toezicht -leden verder aanwezig bij de plenaire Bondsraadsvergaderingen, de regionale voorbesprekingen, de Bondsraad-discussiebijeenkomsten en de vergaderingen van de Bondsraadscommissie. Ook het halfjaarlijkse contact met de Ondernemingsraad werd voortgezet. Binnen de Raad van Toezicht is een commissie Goed Bestuur actief, die erop toeziet dat de corporate governance-regels binnen de Consumentenbond worden nageleefd en up-to-date blijven. De Raad van Toezicht -auditcommissie richtte zich, evenals in voorgaande jaren, op de totstandkoming en de inhoud van de jaarrekening (in het voorjaar, mede in overleg met de accountant) en de meerjarenraming (in het najaar). De Raad van Toezicht -commissie Werkgever zorgde voor de jaarlijkse beoordeling van het functioneren van de algemeen directeur.

Binnen de Raad van Toezicht geldt de afspraak dat als zich een mogelijk belangenconflict voordoet tussen de Consumentenbond en één of meer van de Raad van Toezicht-leden, het betreffende Raad van Toezicht -lid niet zal deelnemen aan de beraadslagingen en besluitvorming over het betreffende onderwerp. In 2014 heeft deze situatie zich niet voorgedaan. De leden van de Raad van Toezicht ontvingen een vaste jaarlijkse vergoeding voor hun werkzaamheden. De vergoedingen bedroegen in 2014 respectievelijk €14.938,- (voorzitter), €11.951,- (vice-voorzitter) en €9072,- (per Raad van Toezicht-lid). In totaal ontvingen de leden van de Raad van Toezicht in 2014 €72.249,- (in 2013 was dat €71.141,-).

6.1.3 Directie

De Directie is als statutair bestuurder verantwoordelijk voor het besturen van de vereniging. De algemeen directeur richt zich zowel op de interne organisatie als op de externe contacten in binnen- en buitenland. Wekelijks komen de Directie en Afdelingsmanagers bijeen als Managementteam. De Manager Financiën, Facilitaire zaken en Informatievoorziening heeft onafhankelijk van de Directie een rapportageplicht aan de Raad van Toezicht.

De regels voor het functioneren van de Directie zijn vastgelegd in het Directiereglement. Ook het beleid rond de beloning van de Directie is formeel vastgelegd. De beloning wordt jaarlijks door de Raad van Toezicht vastgesteld. De variabele beloning bedraagt ten hoogste 20% van de vaste beloning. De toekenning is afhankelijk van de realisatie van doelstellingen die jaarlijks vooraf worden vastgelegd. De emolumenten bestaan uit een leaseauto, een vergoeding voor mobiele telefoonkosten en een vaste onkostenvergoeding. Per kwartaal heeft de voorzitter van de Raad van Toezicht inzicht in declaraties van de directeur.

Aan de Directie zijn geen voorschotten, leningen of garanties verstrekt.

Salaris Directie (in euro)	2014	2013
Vast salaris	153.000	151.000
Variabel salaris	-	20.000
Pensioenlasten	25.000	24.000
Sociale lasten	11.000	10.000
Totaal	189.000	205.000

Op het moment van afronding van het Jaarverslag 2014 heeft de beoordeling en vaststelling van de variabele beloning over dat jaar nog niet plaatsgevonden.

De algemeen directeur bekleedt een aantal onbezoldigde functies namens de Consumentenbond:

- Lid van het bestuur van het Anne Fransen Fonds.
- Lid van het bestuur van de Stichting Reclame Code.
- Lid Maatschappelijk Overleg Betalingsverkeer De Nederlandsche Bank.
- Lid van de Raad van Advies College Bescherming Persoonsgegevens.
- Voorzitter van de ICRT-Board.
- Lid van de Adviserend Panel van de AFM.
- Lid strategisch klankbord NVWA.
- Lid Council en executive committee (treasurer) Consumers International.

6.2 Integriteit Consumentenbond en medewerkers

Om onafhankelijkheid te garanderen, hanteert de Consumentenbond strikte financieringsregels. De inkomsten mogen nooit in tegenspraak zijn met de kernwaarden of de onafhankelijkheid van de organisatie in het geding brengen. De integriteit van de werkprocessen en van de medewerkers in de organisatie zijn een permanent aandachtspunt. Periodiek worden onze bedrijfsprocessen door een externe auditor gecontroleerd.

6.2.1 Gedragscode

De Consumentenbond hanteert een gedragscode waarin onafhankelijkheid, deskundigheid en integriteit kernwaarden zijn. De gedragscode gaat over het aannemen van giften, het bekleden van nevenfuncties, geheimhouding en het gebruik van eigendommen, mailadressen en visitekaartjes van de Consumentenbond. De kern van de gedragscode bestaat uit openheid over handel en wandel en eigen verantwoordelijkheid.

Daarnaast is de Consumentenbond in 2014 gestart met een programma rond de kernwaarde onafhankelijkheid. Omdat er steeds vaker vragen kwamen, zowel van buiten als ook van onze eigen medewerkers, over de onafhankelijkheid van de Consumentenbond, werd in samenwerking met een extern adviesbureau een programma gemaakt voor alle medewerkers. Op 2 september was de officiële start van dit programma: Independence Day. Een middag vol toespraken en workshops waarin het thema van alle kanten werd belicht met de bedoeling alle medewerkers te inspireren. Vlak daarna werd er in lunchbijeenkomsten ingegaan op de dilemma's waar in de dagelijkse praktijk tegenaan gelopen wordt. Er is een onafhankelijkheidsverklaring opgesteld die samen met een set aan maatregelen de onafhankelijkheid van de Consumentenbond moet waarborgen. Na discussie hierover in alle afdelingen is er een definitieve versie opgeleverd. In 2015 zal aandacht besteed blijven worden aan het versterken van deze kernwaarde. Onder andere door de verklaring zowel intern als extern te communiceren en met medewerkers actief in gesprek te blijven over dit thema.

6.2.2 Klokkenluidersregeling

De Consumentenbond kent een klokkenluidersregeling. Deze is bedoeld om een veilige omgeving te creëren waarin het mogelijk is eventuele misstanden bespreekbaar te maken. De regeling wijst een bood-

schapper de juiste weg en beschermt hem. Wanneer een medewerker vermoedt dat er sprake is van een misstand, kan hij daarvan melding maken bij zijn direct leidinggevende, een hogere leidinggevende of een (interne of externe) vertrouwenspersoon. Er is in 2014 geen gebruik gemaakt van de klokkenluidersregeling.

6.2.3 Vertrouwenspersonen

De vertrouwenspersonen zijn in 2014 - net als de twee jaren ervoor - vaak geraadpleegd. Er zijn 86 gesprekken gevoerd waarbij in totaal 33 medewerkers betrokken waren. Een deel van de gesprekken heeft plaatsgevonden met medewerkers die naar aanleiding van hun functioneren in 2014 afscheid hebben moeten nemen van de Consumentenbond. De constatering van vorig jaar blijft: veel van de gesprekken vinden hun oorzaak in de communicatie tussen medewerkers en hun leidinggevend. In de loop van 2014 zijn initiatieven ontplooid om dit soort kwesties te voorkomen dan wel op te lossen.

6.3 Risicobeheer

Ook de Consumentenbond kent in zijn bedrijfsvoering risico's. Jaarlijks wordt een analyse uitgevoerd waarin de bedrijfsrisico's van de processen geïnventariseerd worden. De maximale impact van de risico's wordt bepaald en vervolgens wordt de kans ingeschat dat het risico zich daadwerkelijk zal voordoen. Hieruit rolt een weging die de zwaarte en urgentie van de risico's bepaalt. Tot slot worden er een actiehouders benoemd en een deadline bepaald waarbinnen adequate maatregelen zijn genomen.

De analyse wordt door de Controller uitgevoerd binnen alle afdelingen van de Consumentenbond. De uitkomsten van de risicoanalyse worden gedeeld met de Raad van Toezicht. De leden van het Management

Team zijn verantwoordelijk voor het mitigeren van de risico's die binnen hun afdeling vallen.

In 2014 werd mede naar aanleiding van de Management Letter van de accountant extra aandacht besteed aan risico's die ontstonden doordat meer inkomsten met en via externe partners gerealiseerd werden. De volledigheid van de omzet waar de Consumentenbond recht op heeft, is een belangrijke te controleren variabele. Er zijn controles uitgevoerd bij een groot aantal van onze partners en er zijn procesafspraken gemaakt over de administratieve inrichting.

Behalve de analyse van risico's in bedrijfsprocessen, is in 2014 ook de jaarlijkse analyse uitgevoerd van mogelijke externe calamiteiten. Mede aan de hand van deze analyse werd de voorgestelde vermogenspositie en meerjarige solvabiliteit van de Consumentenbond onderbouwd.

6.4 Milieubeleid

De Consumentenbond let scherp op het verder terugbrengen van de energiekosten. We kenden in 2014 op een aantal punten nog minder verbruik dan de jaren ervoor. Dit ondanks de lichte stijging van de bezetting van het pand in 2014. De Consumentenbond laat over de jaren heen een vrij gelijkmatig patroon zien in het verbruik van elektra en water. Het warmteverbruik schommelt meer, dit als gevolg van de wisselende winters van de afgelopen jaren.

Verbruik grondstoffen	2014	2013	2012	2011
Warmte (Gjoule x 1000)	2.090	2.834	2.609	2.366
Elektra (kWh x 1000)	739	796	852	843
Water (m ³)	3.054	3.185	3.113	2.932



7 Personeel en organisatie

7.1 Inleiding

Begin 2014 werd een Medewerkers Waardering Onderzoek (MWO) gehouden onder alle medewerkers, inclusief de flexwerkers die bij de afdeling S&A werkzaam zijn. Het resultaat van dit onderzoek, met een hoge respons van 71%, was heel positief: 85% van de medewerkers was tevreden of zeer tevreden over het werken bij de Consumentenbond, 88% (zeer) tevreden over het werken in het eigen team, 82% (zeer) tevreden over de inhoud van het werk en 86% heeft plezier in het werk. Bij het vorige MWO in 2012 was 77% (zeer) tevreden over de Consumentenbond als werkgever, we hebben dus een stijging van 8% gerealiseerd. De tevredenheid over de cultuur steeg van 46% naar 60%. Naast een hogere tevredenheid was er een positiever beeld over de toekomst van de organisatie en het geloof in het waarmaken van de ambities aan de hand van de huidige strategie nam toe. Al met al een resultaat om trots op te zijn en vast te houden!

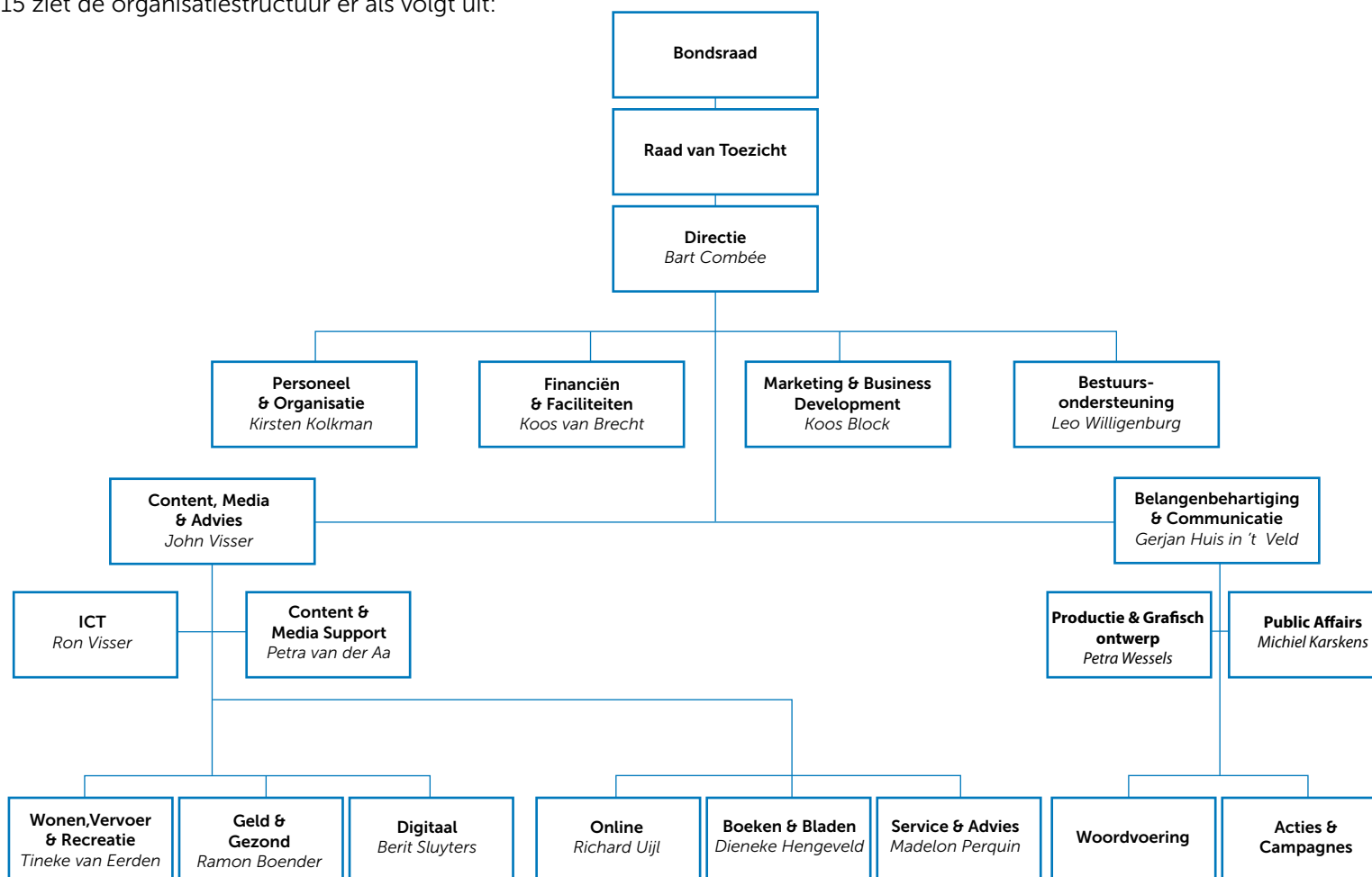
In 2014 hebben we de veranderde structuur en werkwijze van de afdeling Online verder geïmplementeerd. Er werden rollen en functies toegevoegd aan respectievelijk de bestaande functies en de afdeling en de overlegstructuren werden opnieuw ingericht. De nieuwe werkwijze werd geleidelijk ingevoerd en vanaf 2015 zal deze volledig gehanteerd worden.

TAL VAN PRODUCTEIGENSCHAPPEN ZIJN DOOR CONSUMENTEN NAUWELIJKS TE BEOORDELEN;

fabrikanten maken nog altijd onzinnige en misleidende productclaims; dienstverleners presteren onder de maat; en binnen productgroepen waar weinig kwaliteitsissues zijn, zien we soms wel gigantische prijsverschillen.

7.2 Organisatiestructuur

Per 1 januari 2015 ziet de organisatiestructuur er als volgt uit:



7.3 In-, door- en uitstroom

In 2014 steeg het verloop licht en groeide de Consumentenbond licht in formatie. Er traden 25 personen in dienst, waarvan er op 1 januari 2015 nog 24 werkzaam waren binnen de organisatie.

In de loop van het jaar verlieten 19 medewerkers de Consumentenbond. Van hen hadden 2 personen een contract voor bepaalde tijd. Van zeven medewerkers werd het dienstverband op initiatief van de Consumentenbond ontbonden. Zeven medewerkers namen zelf ontslag en drie medewerkers gingen met pensioen. Binnen de Consumentenbond stroomden 11 medewerkers door naar andere functies. Deze overstappers vulden allemaal reguliere vacatures in.

In 2014 liepen acht studenten stage bij de Consumentenbond.

Personeelsverloop 2014	Aantal	FTE
Aantal medewerkers op 1 januari 2014	241	199,1
Uit dienst	19	
In dienst	25	
Aantal medewerkers op 31 december 2014	247	206,3

7.4 Huidige bezetting

De Consumentenbond telde op 1 januari 2015, 247 medewerkers: 109 mannen (44%) en 138 vrouwen (56%). Daarvan werkten er 199 parttime (minder dan 40 uur per week). De totale bezetting per 1 januari 2015 bedroeg 206,3 fulltime equivalenten (fte). Gemiddeld over 2014 was de bezetting 199,8 fte.

Het aantal medewerkers dat tussen de vijf en tien jaar werkzaam was bij de Consumentenbond, steeg naar 28%. Het aantal medewerkers dat minder dan 5 jaar in dienst was, daalde naar 40%. In een kennisorganisatie die ook intern continu vernieuwingen doormaakt, is het van belang dat er voldoende nieuwe instroom is. Van alle medewerkers, dus ook van die medewerkers die meer dan tien jaar werkzaam zijn bij de Consumentenbond (32%), wordt een groot veranderingsvermogen verwacht. De Consumentenbond begeleidt de medewerkers hierbij met onder andere een intern opleidingsprogramma en loopbaanbegeleiding. De gemiddelde leeftijd van de medewerkers bij de Consumentenbond bleef onveranderd: 42 jaar.

Een vijfde deel van de werkzaamheden binnen de Consumentenbond werd verricht op mbo-niveau. Het ging hier vooral om ondersteunende taken. Ongeveer 80% van de functies vereiste een hbo- of wo-niveau. Het ging dan vooral om journalistiek/ redactioneel werk en werk op het gebied van marketing, ledenadvisering en de zwaardere staffuncties. De medewerkers op academisch niveau waren belast met managementtaken, het doen van onderzoek, externe beleidsontwikkeling en campag-

Kengetallen

Gemiddeld aantal fte	199,83
Gemiddeld aantal medewerkers	244,25
Ziekteverzuim totaal	3,09%
Percentage verloop	8,19%
Percentage parttimers	80,57%
Verhouding man/vrouw	44 / 56
Percentage opleidingsbudget t.o.v. Loonsom	1,84%

nevoeren. In de leidinggevende functies zien we een verhouding tussen mannen en vrouwen van 59% man en 41% vrouw.

7.5 Beleid, arbeidsomstandigheden en arbeidsvoorwaarden

In 2014 besteedde de Consumentenbond in het bijzonder aandacht aan verzuimaanpak.

7.5.1 Verzuimaanpak

De verzuimcijfers werden nauwlettend gevolgd door het Management Team en de leidinggevendenden. Met zieke medewerkers was er regelmatig contact en werd er naar re-integratiemogelijkheden gezocht. Er was specifiek aandacht voor medewerkers die zich frequent ziek meldden: in een periode van 12 maanden 4 of meer keer. Desondanks steeg de meldingsfrequentie van 1,35 naar 1,51 en kwam het totale verzuimpercentage uit op 3,09%. Dit werd veroorzaakt door een hoog percentage langdurig verzuim, dat niet arbeid gerelateerd was.

7.6 Medezeggenschap

De Ondernemingsraad overlegde maandelijks met de Directie en de manager P&O. Belangrijke onderwerpen in 2014 waren:

- Instemmingverzoeken over de risico-inventarisatie en actualisatie van het personeelsbeleid.
- Het aanpassen van de handleiding beoordelen. Naast een tekstuele verbeterslag werden ook enkele inhoudelijke wijzigingen in de beoordelingssystematiek doorgevoerd.

De werkgever en de Ondernemingsraad hadden in het voorjaar een

informele sessie onder externe begeleiding, waarin de samenwerking centraal stond. Op open en constructieve wijze werd met elkaar gesproken en werden er afspraken gemaakt.

De RvT overlegde daarnaast in 2014, tweemaal met de Ondernemingsraad.

A photograph of a man and a woman standing in a city street, looking at a large map display. The man, with a beard and glasses, is wearing a brown jacket over a blue sweater and a red plaid shirt. The woman is wearing a beige trench coat and a leopard print scarf. The map display is titled 'Kostverlorenstraat' and shows a detailed map of the area. The background features modern buildings and a paved street.

ONZE HUIDIGE KLANT

50% 60-PLUS
VEELAL MAN
HOGER OPGELEID
HOGER INKOMEN

Overzicht Bondsraad, Raad van Toezicht, Ereleden en Directie

Overzicht Bondsraad, Raad van Toezicht, Ereleden en Directie per 31 december 2014

Mevrouw W. Alting
De heer P.J. van Antwerpen
De heer Chr.L. Baljé
Mevrouw W.A. van den Berg
Mevrouw T. Bos
Mevrouw W. van Brederode
De heer H.J. Brink
De heer B. Broerse
De heer R. Buikstra
De heer M. van Buiten
De heer G.F. van Dijk
Mevrouw M. van Dijke
De heer S.J. Dijkstra
De heer G.M. van Eek
De heer B. van der Eijk
De heer H.L. van den Ende
De heer F.H.L. Grader
Mevrouw W. Groot Wesseldijk
Mevrouw A. van der Hammen
Mevrouw F.A. Hanneman
De heer R. Heppener
De heer J. Hertog
Mevrouw T. van den Heuvel-de Beer
De heer J.S. Hiemstra
De heer K.R. Ho Ten Soeng
De heer J.M. Hoogeboom
De heer L.P.J. Hoogeveen
De heer A.C.M. Hopmans
Mevrouw M. Huibers
De heer A.B. Jamry

Mevrouw H. Joldersma
De heer B.A. Klazema
De heer M.A.A. Krier
De heer P. Kroon
De heer J.J. Leenman
De heer C.E. de Leeuw
De heer H. Leusink
De heer A. Lindenbergh
Mevrouw T. Luijk
Mevrouw E.E. Luinge
De heer L. Melissen
Mevrouw M.G.A. van Moll
De heer A.W. Nauta
De heer J.C. van Prooijen
De heer A. Purwanto
Mevrouw J.G.N. Ratelband
De heer B. Reek
De heer J.L. Rietveld
De heer C.A.M. Roelandt
De heer J.M.L. Roelofs
Mevrouw C.H.J. Rutten
De heer C.L.A. Saarloos
De heer F.J. van Sandwijk
De heer J.A.C.M. Schilders
De heer N.R. Schot
Mevrouw A. Speelpenning
De heer G. Stordiau
De heer R.E.A. Surig
De heer H.J. Tankink
De heer R. Teeuwen

De heer P.L. Trommelen
De heer S. Tromp
De heer M. Verdaasdonk
De heer M. van der Waart
De heer M.W. Warmerdam
Mevrouw E.M. Wesselingh
De heer P.J. Zijlema

Ereleden

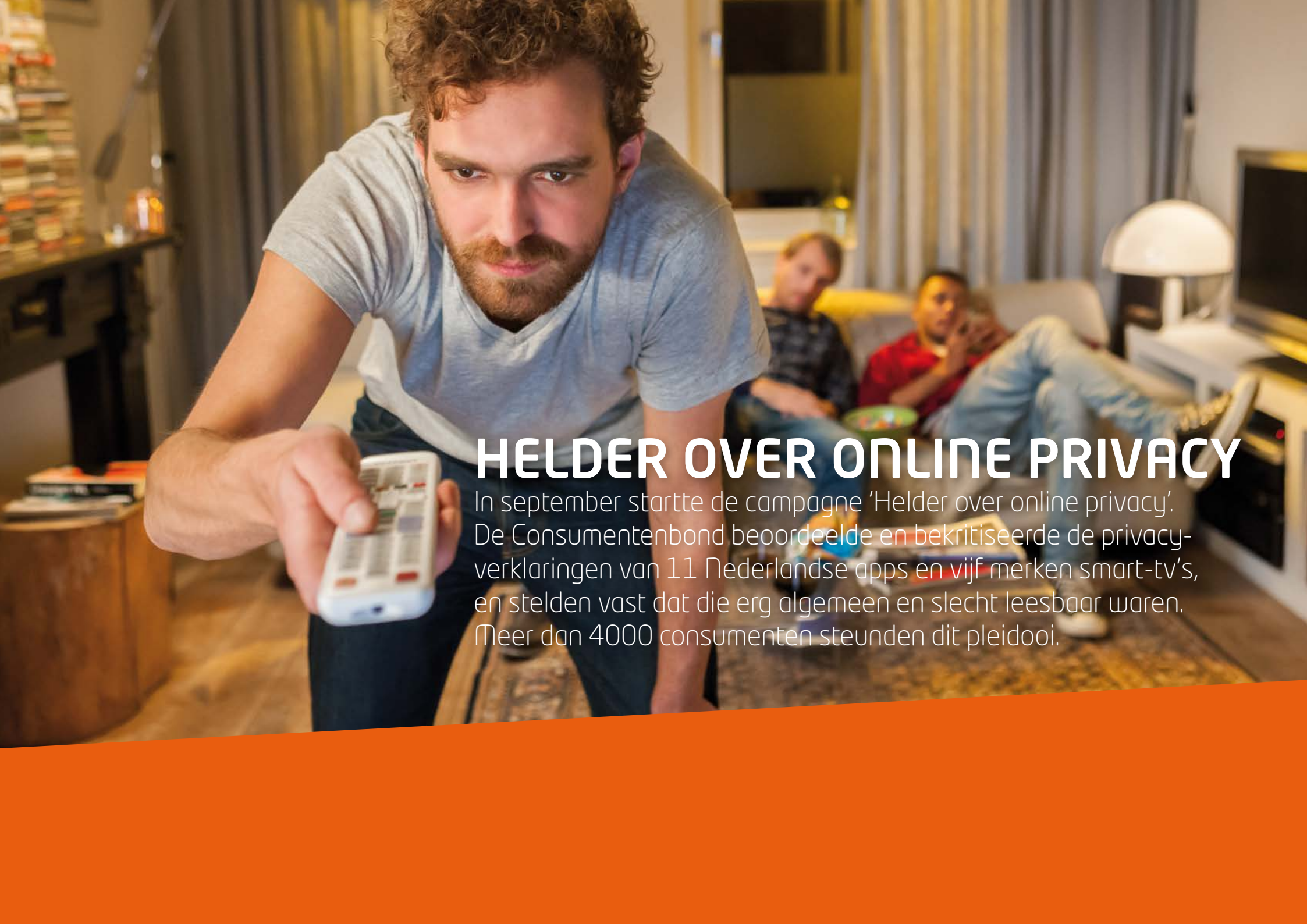
De heer J.M. Dirken
De heer C. van Lookeren Campagne
Mevrouw E.J. Sevenhuijsen-Hoogewoening
De heer F.H.H. Winter

Raad van Toezicht

De heer P.I. Broertjes (voorzitter)
De heer W. de Lange (vice-voorzitter)
Mevrouw J.M. Bensing
Mevrouw C.M. Hageman
De heer A.W.H. Klerkx
Mevrouw M.C. van der Laan
De heer P. Molenaar

Directie

De heer B.R. Combée
(Algemeen Directeur)



HELDER OVER ONLINE PRIVACY

In september startte de campagne 'Helder over online privacy'. De Consumentenbond beoordeelde en bekritiseerde de privacy-verklaringen van 11 Nederlandse apps en vijf merken smart-tv's, en stelden vast dat die erg algemeen en slecht leesbaar waren. Meer dan 4000 consumenten steunden dit pleidooi.

8 Jaarrekening 2014

8.1 Geconsolideerde jaarrekening

8.1.1 Geconsolideerde balans per 31 december (vóór resultaatbestemming)

(in duizenden euro's)

Activa	Paragraaf	2014	2013
Vaste activa			
Immateriële vaste activa	8.4.1	109	828
Materiële vaste activa	8.4.2		
Bedrijfsgebouw en terrein		6.766	7.084
Overige vaste bedrijfsmiddelen		1.178	1.157
Activa in uitvoering		28	0
		7.972	8.241
Financiële vaste activa	8.4.3		
Vordering latente belasting		177	319
		177	319
Vlottende activa			
Voorraden	8.4.4	9	26
Vorderingen	8.4.5		
Debiteuren		1.255	417
Belastingen en sociale premies		124	150
Overige vorderingen		2.389	3.282
Lening u/g aan Advieskeuze.nl		50	50
Overlopende activa		638	843
		4.456	4.742
Liquide middelen	8.4.6	20.636	21.106
Totaal activa		33.360	35.262

(in duizenden euro's)

Passiva	<i>Paragraaf</i>	2014	2013
Eigen vermogen	8.4.7		
Algemene reserve		9.354	8.784
Wettelijke reserve		109	831
Onverdeeld resultaat		571	-151
		10.034	9.464
Voorzieningen	8.4.8		
60-plusregeling		107	201
Schuld latente belasting		26	166
Reorganisatie		273	290
		406	657
Kortlopende schulden en overlopende passiva	8.4.9		
Crediteuren		1.873	2.318
Belastingen en sociale premies		1.586	1.270
Vooruit ontvangen contributies		16.969	19.069
Overige schulden en overlopende passiva		2.492	2.485
		22.920	25.142
Totaal passiva		33.360	35.263

8.1.2 Geconsolideerde staat van baten en lasten (in duizenden euro's)

Samengevoegde staat van baten en lasten

	Paragraaf	2014	2013
Contributie	8.5.1	28.088	25.651
Diverse producten	8.5.2	6.716	7.136
Activiteiten voor derden	8.5.3	375	265
Overige bedrijfsopbrengsten	8.5.4	5.708	6.445
Som der bedrijfsopbrengsten		40.887	39.497
Personeelskosten	8.5.5	20.058	18.964
Afschrijvingen immateriële vaste activa	8.4.1	525	368
Bijzondere waardevermindering immateriële vaste activa	8.4.1	219	216
Bijzondere waardevermindering deelneming Advieskeuze.nl	8.4.3	62	163
Afschrijvingen materiële vaste activa	8.4.2	848	885
Overige bedrijfskosten	8.5.6	18.582	19.164
Som der bedrijfslasten		40.294	39.760
Bedrijfsresultaat		593	-263
Rentebaten	8.5.7	133	165
Rentelasten	8.5.7	0	-1
Uitkomst financiële baten en lasten		133	164
Resultaat uit normale bedrijfsvoering		726	-99
Buitengewone post:			
Resultaat deelneming Advieskeuze.nl		10	-35
Resultaat voor belastingen		735	-134
Belastingen	8.5.8	-165	-17
Resultaat na belastingen		570	-151

8.1.3 Geconsolideerd kasstroomoverzicht *(in duizenden euro's)*

Samengevoegd kasstroomoverzicht

	<i>Paragraaf</i>	2014	2013
Resultaat na belastingen		466	-151
Gecorrigeerd voor:			
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	8.4.1/8.4.2	1.697	1.469
Mutatie voorzieningen	8.4.8	-251	-90
Mutatie werkkapitaal:			
Deelnemingen	8.4.3	0	-2
Vorraden	8.4.4	17	-9
Vorderingen	8.4.5	286	1.042
Kortlopende schulden en overlopende passiva	8.4.9	-2.224	-636
Latente belastingen	8.4.3	142	55
Kasstroom uit operationele activiteiten		-333	1.829
Investeringsactiviteiten:			
Immateriële vaste activa	8.4.1/8.4.2	-25	-412
Materiële vaste activa	8.4.1/8.4.2	-579	-585
Kasstroom uit investeringsactiviteiten		-604	-997
Mutatie liquide middelen		-471	681
Liquide middelen 1 januari		21.106	20.425
Liquide middelen 31 december	8.4.6	20.636	21.106
Mutatie		-471	681



VRIJE ARTSENKEUZE

Al in april spraken diverse partijen in een zorgakkoord af om de vrije artsenkeuze te gaan beperken. Vanaf het begin heeft de Consumentenbond zich hiertegen verzet. Dit verzet oogstte vanaf het begin veel maatschappelijke steun, vooral op sociale media.

8.2 Waarderingsgrondslagen

Missie van de Consumentenbond

De Consumentenbond werkt samen met consumenten aan eerlijke, rechtvaardige en veilige markten waar consumenten vinden wat ze zoeken en krijgen waar ze recht op hebben. Samen staan we sterker en weten we meer. De Consumentenbond is hét verbindende platform en dé vertrouwde stem van en voor consumenten.

Algemeen

De Consumentenbond, gevestigd op het Enthovenplein 1 in Den Haag, gaat bij het opstellen van zijn (geconsolideerde) jaarrekening uit van de wettelijke bepalingen voor jaarrekeningen, zoals vastgelegd in Titel 9 van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek. De jaarrekening wordt gepresenteerd in euro's. De grondslagen die worden toegepast voor de waardering van de activa en passiva en de resultaatbepalingen zijn gebaseerd op historische kosten.

Toelichting op geconsolideerde jaarrekening

In de consolidatie worden de financiële gegevens opgenomen van de Consumentenbond samen met zijn groepsmaatschappijen en andere rechtspersonen waarop zij overheersende zeggenschap kan uitoefenen of waarover zij de centrale leiding heeft. Groepsmaatschappijen zijn rechtspersonen waarin de Consumentenbond direct of indirect overheersende zeggenschap kan uitoefenen doordat zij beschikt over de meerderheid van de stemrechten of op enige andere wijze de financiële en operationele activiteiten kan beheersen. Hierbij wordt tevens rekening gehouden met potentiële stemrechten die direct kunnen worden uitgeoefend op balansdatum.

De groepsmaatschappijen en andere rechtspersonen waarop de Consumentenbond een overheersende zeggenschap kan uitoefenen of waarover zij de centrale leiding heeft, worden voor 100% in de consolidatie betrokken.

Intercompany-transacties, intercompany-winsten en onderlinge vorderingen en schulden tussen groepsmaatschappijen en andere in de consolidatie opgenomen rechtspersonen worden geëlimineerd, voor zover de resultaten niet door transacties met derden buiten de Groep zijn gerealiseerd. Ongerealiseerde verliezen op intercompany-transacties worden ook geëlimineerd tenzij er sprake is van een bijzondere waardevermindering. Waarderingsgrondslagen van groepsmaatschappijen zijn waar nodig gewijzigd om aansluiting te krijgen bij de geldende waarderingsgrondslagen voor de Groep.

De in de consolidatie begrepen vennootschappen zijn:

- 1 Consumentenbond Holding B.V. (100%)
- 2 Consumentenbond Participatie I B.V. (100%)

Vergelijking voorgaand jaar

De gehanteerde grondslagen van waardering en van resultaatbepaling zijn ongewijzigd gebleven ten opzichte van het voorgaande jaar.

Schattingen

De opstelling van de jaarrekening vereist dat het management oordelen vormt en schattingen en veronderstellingen maakt die van invloed zijn op de toepassing van grondslagen en de gerapporteerde waarde van activa en verplichtingen, en van baten en lasten. De daadwerkelijke uitkomsten kunnen afwijken van deze schattingen. De schattingen en

onderliggende veronderstellingen worden voortdurend beoordeeld. Herzieningen van schattingen worden opgenomen in de periode waarin de schatting wordt herzien en in toekomstige perioden waarvoor de herziening gevolgen heeft.

Financiële instrumenten

Financiële instrumenten omvatten handels- en overige vorderingen, geldmiddelen, handelsschulden en overige te betalen posten. Financiële instrumenten worden bij de eerste opname verwerkt tegen reële waarde. Na de eerste opname worden financiële instrumenten gewaardeerd tegen (geamortiseerde) kostprijs op basis van de effectieverente-methode.

Omrekening vreemde valuta

De uit transacties in vreemde valuta voortvloeiende kosten en opbrengsten of vorderingen en schulden rekenen we om tegen de koers per transactie- of balansdatum. Koersverschillen brengen we ten gunste respectievelijk ten laste van de staat van baten en lasten onder de financiële baten of lasten.

Immateriële vaste activa

Ontwikkelingskosten worden geactiveerd voor zover deze betrekking hebben op commercieel haalbaar geachte projecten en worden gewaardeerd tegen verkrijgingsprijs. De geactiveerde kosten worden na beëindiging van de ontwikkelingsfase afgeschreven over de verwachte gebruiksduur, die drie jaar bedraagt. De afschrijving vindt plaats volgens de lineaire methode.

De kosten voor onderzoek en de overige kosten voor ontwikkeling worden ten laste van het resultaat gebracht in de periode waarin

deze zijn gemaakt. Voor het nog niet afgeschreven deel van de geactiveerde ontwikkelingskosten wordt een wettelijke reserve gevormd.

Materiële vaste activa

De materiële vaste activa nemen we op tegen de historische kostprijs van de investeringen. Een uitzondering geldt voor het bedrijfsgebouw op het Enthovenplein. Daar brengen we de boekwinst op de verkoop van het vorige bedrijfsgebouw in mindering op de historische kostprijs. De posten Bedrijfsgebouw en Terrein hebben betrekking op het kantoorpand dat we eind 1995 in gebruik namen. Het gebouw schrijven we af in dertig jaar. De grond is verkregen in eeuwigdurende erfpacht. Hierover schrijven we niet af.

De onder Overige vaste bedrijfsmiddelen opgenomen machines, auto's, inventarissen en computerapparatuur zijn gewaardeerd tegen verkrijgingsprijzen verminderd met lineaire afschrijvingen. De afschrijvingstermijnen variëren van drie tot dertig jaar, afhankelijk van de economische gebruiksduur.

Gekochte computerprogrammatuur is opgenomen tegen verkrijgingsprijzen. De afschrijvingstermijn van computerprogrammatuur bedraagt drie of vijf jaar, afhankelijk van de economische gebruiksduur.

Vaste activa met een verkrijgingsprijs lager dan €1000,- worden direct ten laste van het resultaat gebracht. Activa in uitvoering worden gewaardeerd tegen verkrijgingsprijs en hierop wordt in het lopend boekjaar niet afgeschreven.

Financiële vaste activa - Deelnemingen

Deelnemingen waarbij we invloed van betekenis op het zakelijke en financiële beleid kunnen uitoefenen, waarderen we volgens de vermogensmutatiemethode op basis van de nettovermogenswaarde.

Materieel vast actief	Waarderingsgrondslag	Afschrijvingstermijn
Terrein	Historische kostprijs van de investering	Geen
Bedrijfsgebouw	Historische kostprijs van de investering minus de boekwinst op de verkoop van het vorige bedrijfsgebouw	30 jaar
Overige vaste bedrijfsmiddelen	Verkrijgingsprijzen minus lineaire afschrijving	3 tot 30 jaar, afhankelijk van de economische gebruiksduur
Computerprogrammatuur	Verkrijgingsprijzen minus lineaire afschrijvingen	3 of 5 jaar, afhankelijk van de economische gebruiksduur

Deelnemingen waarbij we geen invloed van betekenis hebben, waarderen we op de verkrijgingsprijs of duurzame lagere bedrijfswaarde. Wanneer 20% of meer van de stemrechten uitgebracht kan worden, wordt ervan uitgegaan dat er invloed van betekenis is. Indien de waardering van een deelneming volgens de nettovermogenswaarde negatief is, wordt deze op nihil gewaardeerd. Deelnemingen waarop geen invloed van betekenis kan worden uitgeoefend, worden gewaardeerd tegen verkrijgingsprijzen.

Latente belastingen

Latente belastingposities zijn opgenomen voor belastbare tijdelijke verschillen tussen commerciële en fiscale boekwaarden. Belastinglatenties worden gewaardeerd op nominale waarde. Bijzondere waardevermindering of vervreemding van vaste activa

met een lange levensduur worden beoordeeld op bijzondere waardeverminderingen wanneer wijzigingen of omstandigheden zich voordoen die doen vermoeden dat de boekwaarde van een actief niet terugverdiend zal worden. De terugverdienmogelijkheid van activa die in gebruik zijn, wordt bepaald door de boekwaarde van een actief te vergelijken met de geschatte contante waarde van de toekomstige nettokasstromen die het actief naar verwachting zal genereren. Wanneer de boekwaarde van een actief hoger is dan de geschatte contante waarde van de toekomstige nettokasstroom, worden bijzondere waardeverminderingen verantwoord voor het verschil tussen de boekwaarde en de realiseerbare waarde. Voor verkoop beschikbare activa worden gewaardeerd tegen boekwaarde of lagere actuele waarde, onder aftrek van verkoopkosten.

De vennootschap beoordeelt op iedere balansdatum of er aanwijzingen zijn dat een vast actief aan een bijzondere waardevermindering onderhevig kan zijn. Indien dergelijke indicaties aanwezig zijn, wordt de realiseerbare waarde van het actief vastgesteld. Indien het niet mogelijk is de realiseerbare waarde voor het individuele actief te bepalen, wordt de realiseerbare waarde bepaald van de kasstroom genererende eenheid waartoe het actief behoort. Van een bijzondere waardevermindering is sprake als de boekwaarde van een actief hoger is dan de realiseerbare waarde; de realiseerbare waarde is de hoogste van de opbrengstwaarde en de bedrijfswaarde.

Voorraden

De voorraden grond- en hulpstoffen worden gewaardeerd op verkrijgingsprijzen onder toepassing van de FIFO-methode ('first in, first out') of lagere opbrengstwaarde, waarbij we rekening houden met afwaardering wegens incourantheid.

Vorderingen

Vorderingen worden bij eerste verwerking gewaardeerd tegen de reële waarde, inclusief de transactiekosten. Na eerste verwerking worden vorderingen gewaardeerd tegen de geamortiseerde kostprijs. Voorzeningen wegens oninbaarheid worden in mindering gebracht op de boekwaarde van de vordering.

Onder vorderingen op deelnemingen is een marktconforme lening opgenomen aan Advieskeuze.nl B.V. voor €50.000,- (2013: €50.000,-). Het betreft een vastrentende lening met een rentepercentage van 1,0%. De resterende looptijd van deze vordering bedraagt 13 maanden.

Liquide middelen

Liquide middelen bestaan uit kas, banktegoeden en deposito's met een looptijd korter dan twaalf maanden en worden gewaardeerd tegen nominale waarde.

Voorzeningen

Voorzeningen nemen we op wanneer sprake is van een in rechte afdwingbare of feitelijke verplichting als gevolg van een gebeurtenis in het verleden en het waarschijnlijk is dat voor de afwikkeling van die verplichting een uitstroom van middelen nodig is waarvan een betrouwbare schatting kan worden gemaakt.

Voorziening 60-plusregeling

De 60-plusregeling is een langlopende voorziening die dekking geeft in de kosten die voortkomen uit werktijdverkorting voor personeelsleden in de daartoe gerechtigde leeftijd. Deze regeling is vanaf 1 januari 2013 verdwenen. Voor de deelnemers die per 1 januari 2012 gebruik maken van deze regeling, zullen deze rechten behouden blijven tot aan pensioendatum.

Overige activa en passiva

Activa en verplichtingen worden in het algemeen gewaardeerd tegen de verkrijgings- of vervaardigingsprijs of de actuele waarde. Indien geen specifieke waarderingsgrondslag is vermeld vindt waardering plaats tegen de verkrijgingsprijs. In de balans, de winst-en-verliesrekening en het kasstroomoverzicht zijn referenties opgenomen. Met deze referenties wordt verwezen naar de toelichting.

Operationele leasing

Bij de vennootschap kunnen er leasecontracten bestaan waarbij een groot deel van de voor- en nadelen die aan de eigendom verbonden zijn, niet bij de vennootschap ligt. Deze leasecontracten worden verantwoord als operationele leasing. Verplichtingen uit hoofde van operationele leasing worden, rekening houdend met ontvangen vergoedingen van de lessor, op lineaire basis verwerkt in de winst-en-verliesrekening over de looptijd van het contract.

Pensioenregeling

Uitgangspunt is dat de in de verslagperiode te verwerken pensioenlast gelijk is aan de over die periode aan het pensioenfonds verschuldigde pensioenpremies. Voor zover de verschuldigde premies op balansdatum nog niet zijn voldaan, wordt hiervoor een verplichting opgenomen. Als de op balansdatum reeds betaalde premies de verschuldigde premies overtreffen, wordt een overlopende actiefpost opgenomen voor zover sprake zal zijn van terugbetaling door het fonds of van verrekening met in de toekomst verschuldigde premies. Verder wordt op

balansdatum een voorziening opgenomen voor bestaande additionele verplichtingen ten opzichte van het fonds en de werknemers, indien het waarschijnlijk is dat voor de afwikkeling van die verplichtingen een uitstroom van middelen zal plaatsvinden en de omvang van de verplichtingen betrouwbaar kan worden geschat. Het al dan niet bestaan van additionele verplichtingen wordt beoordeeld aan de hand van de uitvoeringsovereenkomst met het fonds, de pensioenovereenkomst met de werknemers en andere (expliciete of impliciete) toezeggingen aan de werknemers. Een voorziening wordt gewaardeerd tegen de beste schatting van de contante waarde van de bedragen die noodzakelijk zijn om de verplichtingen op balansdatum af te wikkelen.

De dekkingsgraad ultimo 2014 is berekend, rekening houdend met de actuele ontwikkelingen van de stijging van de levensverwachting, en bedraagt 112,5% (2013: 115,8%).

Het risico van de (beschikbare premie) pensioenregeling ligt volledig bij de deelnemers. Op de pensioenen is een voorwaardelijke indexatie van toepassing.

Schulden

Schulden worden bij de eerste verwerking gewaardeerd tegen reële waarde. Transactiekosten die direct zijn toe te rekenen aan de verwerking van de schulden worden in de waardering bij eerste verwerking opgenomen. Schulden worden na eerste verwerking gewaardeerd tegen geamortiseerde kostprijs, zijnde het ontvangen bedrag rekening houdend met agio of disagio en onder aftrek van transactiekosten.



8.3 Resultaatbepalingsgrondslagen

Het resultaat wordt bepaald als het verschil tussen de opbrengstwaarde van de geleverde prestaties en de kosten en andere lasten over het jaar. Baten en lasten worden toegerekend aan het jaar waarop zij betrekking hebben. Onder de baten vallen de op het jaar betrekking hebbende contributieontvangsten en de in het jaar geleverde goederen en diensten. We bepalen de lasten, en houden hierbij rekening met de hiervoor vermelde waarderingsgrondslagen.

Opbrengstverantwoording

Omzet wordt alleen verantwoord als er een redelijke zekerheid bestaat dat toekomstige voordelen naar de Consumentenbond zullen toevloeien en dat deze voordelen betrouwbaar kunnen worden geschat. Verantwoording van opbrengsten uit de levering van diensten geschiedt naar rato van de geleverde prestaties, gebaseerd op de verrichte diensten tot aan de balansdatum in verhouding tot de in totaal te verrichten diensten.

Periodiek betaalbare beloningen

Lonen, salarissen en sociale lasten worden op grond van de arbeidsvoorwaarden verwerkt in de winst-en-verliesrekening voor zover ze verschuldigd zijn aan werknemers.

Overheidsvergoedingen

Overheidsvergoedingen worden aanvankelijk in de balans opgenomen als vooruit ontvangen bedragen. Zodra er redelijke zekerheid bestaat dat de Consumentenbond zal voldoen aan de daaraan verbonden voorwaarden worden de opbrengsten verantwoord. Vergoedingen ter compensatie van door de Consumentenbond gemaakte kosten worden systematisch als opbrengsten in de staat van baten en lasten opgenomen in dezelfde periode als die waarin de kosten worden gemaakt.

Belastingen

Met ingang van 1997 valt de Consumentenbond met al zijn activiteiten onder de heffing van de vennootschapsbelasting. De belasting over het resultaat wordt berekend over het resultaat voor belastingen in de winst-en-verliesrekening, rekening houdend met beschikbare, fiscaal compensabele verliezen uit voorgaande boekjaren (voor zover niet opgenomen in de latente belastingvorderingen) en vrijgestelde winstbestanddelen en na bijtelling van niet-aftrekbare kosten. Tevens wordt rekening gehouden met wijzigingen die optreden in de latente belastingvorderingen en latente belastingschulden uit hoofde van wijzigingen in het te hanteren belastingtarief.

Rentebaten en rentelasten

Rentebaten en rentelasten worden tijdsevenredig verwerkt, rekening houdend met de effectieve rentevoet van de desbetreffende activa en passiva.

Kasstroomoverzicht

Het kasstroomoverzicht is opgesteld op basis van de indirecte methode. De geldmiddelen in het kasstroomoverzicht bestaan uit de liquide middelen. Ontvangsten en uitgaven uit hoofde van interest en winstbelastingen zijn opgenomen onder de kasstroom uit operationele activiteiten.

8.4 Toelichting op de balans

8.4.1 Immateriële vaste activa

<i>(in duizenden euro's)</i>	Ontwikkelingskosten
Cumulatieve aanschafwaarde 1 januari 2014	1.470
Cumulatieve afschrijving tot en met 1 januari 2014	-642
Boekwaarde 1 januari 2014	828
Mutaties in het boekjaar:	
Investeringskosten	25
Afschrijving 2014	-525
Bijzondere waardevermindering	-219
Saldo	-719
Cumulatieve aanschafwaarde 31 december 2014	1.495
Cumulatieve afschrijving tot en met 31 december 2014	-1.386
Boekwaarde 31 december 2014	109

De geactiveerde ontwikkelingskosten betreffen extern gegenereerde immateriële vaste activa en hebben betrekking op ontwikkeling van website onderdelen, zoals de Productvergelijker. Deze kosten worden lineair over drie jaar afgeschreven. De boekwaarde van de Zorgvergelijker en de Website is deels afgewaardeerd. In verband met tegenvallende resultaten (Zorgvergelijker) en voortijdige vervanging (Website) heeft het management ervoor gekozen dit immaterieel actief deels af te waarderen.

8.4.2 Materiële vaste activa

<i>(in duizenden euro's)</i>	Bedrijfs- gebouw en terrein	Overige vaste bedrijfs- middelen	Activa in uitvoering	Totaal
Aanschafwaarde 31 december 2013 (inclusief boekwinst vorig bedrijfsgebouw)	13.841	4.406	0	18.247
Cumulatieve afschrijving tot en met 31 december 2013	-6.757	-3.249	0	-10.006
Boekwaarde 1 januari 2014	7.084	1.157	0	8.241
Mutaties in het boekjaar:				
Investeringskosten	177	374	28	579
Herrubricering	0	0	0	0
Desinvesteringen	48	1.190	0	1.238
Afschrijving desinvestering	-48	-1.190	0	-1.238
Afschrijving	-495	-353	0	-848
Saldo	-318	21	28	-269
Aanschafwaarde 31 december 2014 (inclusief boekwinst vorig bedrijfsgebouw)	14.066	5.970	28	20.064
Cumulatieve afschrijving tot en met 31 december 2014	-7.300	-4.792	0	-12.092
Boekwaarde 31 december 2014	6.766	1.178	28	7.972

Voor de toekomstige kosten van groot onderhoud aan de bedrijfsgebouwen is geen voorziening voor groot onderhoud gevormd.

De kosten worden rechtstreeks in het resultaat verantwoord. De investeringen in overige vaste bedrijfsmiddelen hebben grotendeels betrekking op hardware (€100.000,-), software (€76.000,-), mobiele telefoons (€56.000,-), audio en video-systemen (€38.000,-) en koffieautomaten (€26.000,-). De investering bij bedrijfsgebouw en terrein heeft grotendeels te maken met verbouwkosten (€102.000,-) en tuinaanleg (€37.000,-). In verband met een controle van aanwezige activa overige bedrijfsmiddelen vindt er een eenmalige grotere desinvestering plaats.

8.4.3 Financiële vaste activa

Deelnemingen

Ultimo 2014 houdt de Consumentenbond de volgende belangen:

- 100% van de aandelen Consumentenbond Holding B.V. (voorheen Contoer B.V.), statutair gevestigd te Den Haag.
- 100% van de aandelen Consumentenbond Participaties I B.V., statutair gevestigd te Den Haag.
- 12% van de aandelen van International Consumer Research and Testing Ltd. (ICRT), statutair gevestigd in Londen, Engeland.
- 40% van de aandelen Advieskeuze.nl B.V., statutair gevestigd te Loeven. Naar aanleiding van de tegenvallende resultaten van Advieskeuze.nl B.V. per ultimo 2014 en een diensgevolg negatief eigen vermogen waarderen wij deze deelneming volledig af.

<i>(in duizenden euro's)</i>	Deelnemingen
Saldo per 31 december	0
Investeringen	52
Waardeverminderingen	-52
	0

Latente belastingvordering

De latente belastingvordering bestaat uit waarderingsverschillen tussen de commerciële balans en de fiscale balans.

Vanwege het langlopende karakter wordt deze vordering onder de financiële vaste activa verantwoord.

Vordering latente belasting <i>(in duizenden euro's)</i>	2014	2013
Saldo per 1 januari	319	374
Toevoeging	0	0
Onttrekking	142	55
Saldo per 31 december	177	319

8.4.4 Voorraden

Alle gidsen nemen we direct als kosten. Boeken en cd-rom's waarderen we vijf maanden na uitgifte af tot nihil.

8.4.5 Vorderingen

Debiteuren (in duizenden euro's)

Saldo per 31 december	2014	2013
Samenwerkingsverbanden met zusterorganisaties	7	19
Rijk/Provincies/Gemeenten	19	0
Lidmaatschappen en abonnementen	210	174
Samenwerkingsverbanden collectieven	682	0
Licenties	178	0
Overige posten	159	224
	1.255	417

Onder de handelsdebiteuren zijn geen vorderingen opgenomen met een resterende looptijd langer dan een jaar. Op de uitstaande debiteuren ontvangen we tot en met 28 januari 2015 een bedrag van €947.000,-. Voor de lidmaatschappen en abonnementen ontvangen we €157.000,- en voor de andere posten €790.000,-. Per ultimo 2014 bedraagt de debiteurenvoorziening €97.000,- (2013: €19.000,-).

Belastingen en sociale premies

Deze vordering heeft voornamelijk betrekking op nog te ontvangen BTW voor de aangifte november 2014 (€124.000,-).

Overige vorderingen

De overige vorderingen betreffen voornamelijk bedragen voor overstappers uit het Energiecollectief en de Zorgvergelijker. De vordering op nog te ontvangen subsidie is in 2014 €280.000,- (2013: €116.000,-). Daarnaast registreren we hier de depotbedragen van de TNT-groep (€5000,-). Een ander deel van de overige vorderingen betreft nog te ontvangen rente van €74.000,- (2013: €91.000,-) over de liquide middelen.

Vordering deelnemingen

Onder vorderingen op deelnemingen is een lening opgenomen aan Consumentenbond Holding B.V. €50.000,- (2013: €50.000,-). Het betreft een renteloze converteerbare lening en heeft een resterende looptijd van 1 jaar.

Overlopende activa

Het saldo ultimo 2014 bestaat uit vooruitbetaalde kosten voor 2015. Het betreft voornamelijk de kosten voor vervaardiging en verzending van de Consumentengids van januari 2015 (€151.000,-), vooruitbetalingen voor nog niet opgeleverde interne projecten (€139.000,-) en licentiekosten voor 2015 (€190.000,-).

8.4.6 Liquide middelen

Liquide middelen (in duizenden euro's)

Saldo per 31 december	2014	2013
ABN Amro rekening courant	13.451	14.018
RABO rekening courant	68	55
ING rekening courant	7.118	7.033
Kas	0	0
	20.637	21.106

De mutatie van de liquiditeiten lichten we toe in het kasstroomoverzicht in paragraaf 8.1.3. De liquide middelen staan ter vrije beschikking van de vereniging.

8.4.7 Eigen vermogen

Eigen vermogen	Wettelijke reserve	Algemene reserve	Onverdeeld resultaat	Totaal
<i>(in duizenden euro's)</i>				
Saldo per 1 januari	830	8.785	-151	9.464
Mutaties:				
Herrubricering	-719	719	0	0
Toevoeging resultaat 2013	0	-151	151	0
Resultaat 2014	0	0	570	570
Saldo per 31 december	111	9.353	570	10.034

Het resultaat over 2014 van €570.000,- positief brengen we na goedkeuring van de Raad van Toezicht en vaststelling door de Bondsraad in 2015 ten bate van de algemene reserve. Er zijn geen onttrekkingen of toevoegingen aan het eigen vermogen geweest anders dan via het resultaat. De wettelijke reserve heeft betrekking op de geactiveerde ontwikkelingskosten van onderdelen van de website, zoals de Product-vergelijker.

8.4.8 Voorzieningen

60-plusregeling *(in duizenden euro's)*

	2014	2013
Saldo per 1 januari	201	310
Toevoeging	3	28
	204	338
Onttrekkingen	97	137
Saldo per 31 december	107	201

De 60-plusregeling is een langlopende voorziening die dekking geeft in de kosten die voortkomen uit werktijdverkorting voor personeelsleden in de daartoe gerechtigde leeftijd. Deze regeling is vanaf 1 januari 2013 verdwenen. Voor de deelnemers die per 1 januari 2012 gebruik maken van deze regeling, zullen deze rechten behouden blijven tot aan pensioendatum. Voor de overige medewerkers is deze regeling met ingang van 1 januari 2013 beëindigd. De voorziening is derhalve gebaseerd op resterende deelnemers.

Latente belastingschuld *(in duizenden euro's)*

	2014	2013
Saldo per 1 januari	166	204
Toevoeging	0	0
Onttrekking	-140	-38
Saldo per 31 december	26	166

Reorganisatie *(in duizenden euro's)*

	2014	2013
Saldo per 1 januari	290	233
Toevoeging	0	82
Onttrekking	-17	-25
Saldo per 31 december	273	290

(in duizenden euro's)

Splitsing van de voorzieningen naar looptijd		2014	2013
< 1 jaar	60-plusregeling	57	103
> 1 jaar	60-plusregeling	50	98
		107	201
< 1 jaar	Schuld latente belasting	5	33
> 1 jaar	Schuld latente belasting	21	133
		26	166
< 1 jaar	Reorganisatie	34	24
> 1 jaar	Reorganisatie	239	266
		273	290

8.4.9 Kortlopende schulden en overlopende passiva

Crediteuren

In 2014 neemt het crediteurensaldo af. Er zijn minder nieuwe investeringen gedaan. De voornaamste schuld per einde 2014 betreft reclame-uitingen voor vergelijkers en internet-zoekwoorden (€597.000,-), kosten voor uitzendkrachten (€183.000,-) en druk- en verzendkosten voor gidsen en boeken (€300.000,-).

Belastingen en sociale premies

Deze schuld heeft voornamelijk betrekking op de te betalen BTW (€649.000,-) en loonheffing (€756.000,-) over december 2014.

Overige schulden en overlopende passiva

Overige schulden en overlopende passiva (in duizenden euro's)

	2014	2013
Saldo per 31 december		
Vakantiegeld en vakantiedagen	1.126	1.097
Nog te betalen kosten	897	935
Vooruit ontvangen subsidies	467	432
Overig	2	21
	2.492	2.485

Alle kortlopende schulden hebben een resterende looptijd van korter dan een jaar. De post vakantiegeld en vakantiedagen neemt toe doordat er minder vakantiedagen zijn opgenomen in 2014. De post nog te betalen kosten neemt af door strakkere aansturing op onderzoeksprojecten. De post vooruit ontvangen subsidies neemt toe door de langere doorlooptijd van subsidieprojecten en daarbij behorende verrekening van de ontvangen subsidiebedragen.

8.4.10 Financiële instrumenten

Algemeen

De Consumentenbond maakt in de normale bedrijfsuitoefening gebruik van uiteenlopende financiële instrumenten die de vereniging blootstellen aan markt- en/of kredietrisico's. Deze betreffen financiële instrumenten die in de balans zijn opgenomen. De Consumentenbond handelt niet in financiële derivaten en heeft procedures en gedragslijnen om de omvang van het kredietrisico bij elke tegenpartij te beperken. Bij het niet nakomen door een tegenpartij van aan de Consumentenbond verschuldigde betalingen blijven eventuele daaruit voortvloeiende ver-

liezen beperkt tot de marktwaarde van de desbetreffende instrumenten.

Kredietrisico

De vorderingen uit hoofde van debiteuren ultimo 2014 bestaan voor circa 16% uit contributies van onze leden.

Er zijn geen belangrijke concentraties van kredietrisico's.

Renterisico

De eigen geldmiddelen zijn rentegevoelig. Een rentestijging of –daling van 1% heeft een effect op het resultaat van 1% van het balansbedrag.

Marktwaarde

De marktwaarde van de meeste in de balans verantwoorde financiële instrumenten, waaronder vorderingen, liquide middelen en kortlopende schulden, benadert de boekwaarde ervan.

8.4.11 Niet in de balans opgenomen verplichtingen

De Consumentenbond is in het kader van de normale bedrijfsuitoefening als verwerende partij soms betrokken bij claims. Op grond van de ontwikkelingen tot dusver verwachten we niet dat de financiële positie van de Consumentenbond door een van deze zaken materieel zal worden beïnvloed.

Inzake lease- en onderhoudscontracten is de Consumentenbond ultimo 2014 voor €440.000,- (2013: €673.000,-) verplichtingen aangegaan. Hiervan heeft €243.000,- (2012: €251.000,-) een looptijd korter dan een jaar. Er zijn geen verplichtingen met een looptijd langer dan vijf jaar.

(in duizenden euro's)

Omschrijving	verplichting ≤ 1 jaar	verplichting >1 jaar en ≤ 5 jaar	verplichting > 5 jaar	Totaal
Onderhoudscontract	206	137	0	343
kopieerapparatuur				
Autoleasecontracten	38	60	0	98
	243	197	0	440

8.5 Toelichting op de staat van baten en lasten

8.5.1 Contributies

(in duizenden euro's)

	2014	2013
Contributies	28.088	25.651
Index (2010=100)	107,9	98,6
Aantal leden per 31 december	491.005	486.491
Index (2010=100)	101,7	100,8

8.5.2 Diverse producten

(in duizenden euro's)

	2014	2013
Abonnementsopbrengsten Geldgids	2.036	2.012
Abonnementsopbrengsten Reisgids	389	439
Abonnementsopbrengsten Gezondgids	1.112	1.106
Abonnementsopbrengsten DigitaalGids	1.424	1.424
Abonnementsopbrengsten MissPerfect	51	114
Abonnementsopbrengsten Beste Koop vj Kind	9	0
Losse Publicaties en Ledeninformatie	1.695	2.041
	6.716	7.136

8.5.3 Activiteiten voor derden

<i>(in duizenden euro's)</i>	2014	2013
Europese Commissie	43	0
Ministerie van Economische zaken	117	93
Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport	23	7
Ministerie van Infrastructuur en Milieu	44	0
Ministerie van Veiligheid en Justitie	41	54
Overig	107	111
	375	265

Het aandeel van de inkomsten door overheden en andere instanties limiteren wij tot maximaal 10% van de totale inkomsten. In 2014 is dit aandeel 0,7% (2013: 0,4%).

8.5.4 Overige bedrijfsopbrengsten

De overige bedrijfsopbrengsten bestaan uit inkomsten door advies bij prijsvergelijkingen (waaronder Energie, Autoverzekering en Zorgverzekering), energieveiling, licentieverkoop en de verhuuropbrengsten van het pand.

8.5.5 Personeelskosten

<i>Personeelskosten (in duizenden euro's)</i>	2014	2013
Salarissen	12.226	11.295
Pensioenlasten	1.592	1.513
Overige sociale verzekeringen	2.226	1.972
Personeel niet in loondienst	3.595	3.720
Dotatie/onttrekking 60-plusvoorziening	3	28
Overige personeelskosten	416	371
Reorganisatiekosten	0	64
	20.058	18.963

In de personeelskosten verantwoorden we de kosten van de per jaar-einde nog niet opgenomen vakantiedagen. De toename van de kosten is vooral ontstaan door de toename van het aantal medewerkers.

Het aantal personeelsleden (in fte) is over het jaar gemiddeld als volgt verdeeld:

<i>Gemiddeld aantal personeelsleden (in fte)</i>	2014	2013
Content, Media & Advies	137	126
Belangenbehartiging & Communicatie	19	20
Financiën, Facilitair & ICT	15	20
Marketing & Business Development	22	16
Overige afdelingen	7	7
	200	189

Hiervan waren evenals in 2013 ook in 2014 geen werknemers werkzaam buiten Nederland.

Vergoeding Raad van Toezicht en Directie

Voor 2014 bedragen de vergoedingen aan de Raad van Toezicht in totaal €72.000,-. De bezoldiging van de Directie voor 2014 bedraagt in totaal €189.000,-. Voor een nadere specificatie van deze post verwijzen we u naar paragraaf 6.1.2 en 6.1.3.

8.5.6 Overige bedrijfskosten

<i>(in duizenden euro's)</i>	2014	2013
Faciliteiten en telefoon	4.029	3.223
Project- en onderzoekskosten	2.893	2.610
Drukwerk- en vervaardigingskosten	2.411	2.755
Porti- en distributiekosten	1.384	1.462
Bijstand en advies	399	435
Lidmaatschap organisaties	518	495
Innovatie	268	1.100
Werving en promotie	6.680	7.084
	18.582	19.164

8.5.7 Financiële baten en lasten

De Consumentenbond beschikt over een faciliteit bij zowel de ABN Amro Bank als bij de ING.

8.5.8 Belastingen

<i>(in duizenden euro's)</i>	2014		2013	
Commercieel resultaat	735		-134	
Belastinglast op basis van nominaal tarief	174	23,7%	0	0,0%
Vershil waardering latentie en nominaal tarief	6	0,8%	16	-11,9%
Overig	-15	-2,0%	1	-0,7%
	165	22,4%	17	-12,7%

De belastinglast wordt beïnvloed door de mutatie in de latente belastingvordering en -schuld.

8.5.9 Honorarium accountant

De volgende honoraria van de accountants van PricewaterhouseCoopers Accountants N.V. zijn ten laste gebracht van de Consumentenbond:

<i>(in duizenden euro's)</i>	2014	2013
Onderzoek jaarrekening	54	49
Andere controleopdrachten	21	0
Adviesdiensten op fiscaal terrein	0	21
Andere niet-controle diensten	0	1
	75	70

8.5.10 Transacties met verbonden partijen

Van transacties met verbonden partijen is sprake wanneer een relatie bestaat tussen de vereniging, haar deelnemingen en hun bestuurders en leidinggevende functionarissen. Er hebben zich in 2014 geen transacties met verbonden partijen voorgedaan op niet-zakelijke grondslag.

8.6 Enkelvoudige jaarrekening per 31 december

8.6.1 Balans per 31 december *(Vóór resultaatbestemming)*

Activa <i>(in duizenden euro's)</i>	Paragraaf	2014	2013
Vaste activa			
<i>Immateriële vaste activa</i>	8.4.1	109	828
<i>Materiële vaste activa</i>	8.4.2		
Bedrijfsgebouw en terrein		6.766	7.084
Overige vaste bedrijfsmiddelen		1.178	1.157
Activa in uitvoering		28	0
		7.972	8.241
<i>Financiële vaste activa</i>	8.4.3		
Deelneming Consumentenbond Holding B.V.	8.7.1	20	20
Vordering latente belasting	8.4.3	177	319
		197	339
Vlottende activa			
<i>Vorraden</i>	8.4.4	9	26
<i>Vorderingen</i>	8.4.5		
Debiteuren		1.255	417
Belastingen en sociale premies		124	150
Overige vorderingen		2.389	3.282
Lening u/g Consumentenbond Holding B.V.		50	50
Overlopende activa		638	843
		4.456	4.742
Liquide middelen	8.7.2	20.616	21.086
Totaal activa		33.359	35.262

Passiva (in duizenden euro's)	<i>Paragraaf</i>	2014	2013
Eigen vermogen	<i>8.4.7</i>		
Algemene reserve		9.354	8.786
Wettelijke reserve		109	828
Onverdeeld resultaat		571	-151
		10.034	9.463
Voorzieningen	<i>8.4.8</i>		
60-plusregeling		107	201
Schuld latente belasting		26	166
Reorganisatie		273	290
		406	657
Kortlopende schulden en overlopende passiva	<i>8.4.9</i>		
Crediteuren		1.872	2.318
Belastingen en sociale premies		1.586	1.270
Vooruit ontvangen contributies		16.969	19.069
Overige schulden en overlopende passiva		2.492	2.485
		22.919	25.142
Totaal passiva		33.359	35.262

8.6.2 Staat van baten en lasten

<i>(in duizenden euro's)</i>	<i>Paragraaf</i>	2014	2013
Contributie	8.5.1	28.088	25.651
Diverse producten	8.5.2	6.716	7.136
Activiteiten voor derden	8.5.3	375	265
Overige bedrijfsopbrengsten	8.5.4	5.708	6.445
Som der bedrijfsopbrengsten		40.887	39.497
Personeelskosten	8.5.5	20.058	18.964
Afschrijvingen immateriële vaste activa	8.4.1	525	368
Bijzondere waardevermindering	8.4.1	219	216
Afschrijvingen materiële vaste activa	8.4.2	848	885
Overige bedrijfskosten	8.5.6	18.582	19.164
Som der bedrijfslasten		40.232	39.597
Bedrijfsresultaat		655	-100
Rentebaten	8.5.7	133	165
Rentelasten	8.5.7	0	-1
Uitkomst financiële baten en lasten		133	164
Resultaat uit normale bedrijfsvoering		788	64
Buitengewone post			
Resultaat deelneming	8.7.1	-52	-198
Resultaat voor belastingen		736	-134
Belastingen	8.5.8	-165	-17
Resultaat na belastingen		571	-151

8.6.3 Kasstroomoverzicht

<i>(in duizenden euro's)</i>	<i>Paragraaf</i>	2014	2013
Resultaat na belastingen		571	-151
Gecorrigeerd voor:			
Afschrijvingen en bijzondere waardeverminderingen	8.4.1/8.4.2	1.592	1.469
Mutatie voorzieningen	8.4.8	-251	-90
Mutatie werkkapitaal:			
Deelnemingen	8.4.3	0	-2
Vorraden	8.4.4	17	-9
Vorderingen	8.4.5	286	1.042
Kortlopende schulden en overlopende passiva	8.4.9	-2.223	-636
Latente belastingen	8.4.3	142	55
Kasstroom uit operationele activiteiten		-437	1.829
Investeringsactiviteiten:			
Immateriële vaste activa	8.4.1/8.4.2	-25	-412
Materiële vaste activa	8.4.1/8.4.2	-579	-585
Kasstroom uit investeringsactiviteiten		-604	-997
Mutatie liquide middelen		-470	681
Liquide middelen 1 januari		21.086	20.405
Liquide middelen 31 december	8.7.2	20.616	21.086
Mutatie		-470	681

8.7 Toelichting op de enkelvoudige balans en winst-en verliesrekening

Algemene toelichting

De enkelvoudige jaarrekening is opgesteld in overeenstemming met de wettelijke bepalingen van Titel 9 van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek en de stellige uitspraken van de Richtlijnen voor de jaarverslaggeving, uitgegeven door de Raad voor de Jaarverslaggeving.

De grondslagen van waardering en van resultaatbepaling voor de enkelvoudige jaarrekening en de geconsolideerde jaarrekening zijn gelijk. Deelnemingen in groepsmaatschappijen worden gewaardeerd volgens de nettovermogenswaarde in overeenstemming met paragraaf 8.2 van de geconsolideerde jaarrekening.

Voor de grondslagen van de waardering van activa en passiva en voor de bepaling van het resultaat wordt verwezen naar de in paragraaf 8.2 en paragraaf 8.3 opgenomen toelichting op de geconsolideerde balans en winst-en verliesrekening.

8.7.1 Financiële Vaste Activa

<i>(in duizenden euro's)</i>	2014	2013
Saldo per 1 januari	20	18
Investeringen	52	202
Resultaat deelnemingen	-52	-200
Saldo per 31 december	20	20

8.7.2 Liquide Middelen

<i>Saldo per 31 december (in duizenden euro's)</i>	2014	2013
ABN Amro rekening courant	13.425	13.998
RABO rekening courant	73	55
ING rekening courant	7.118	7.033
Kas	0	0
	20.616	21.086

8.7.3 Eigen Vermogen

<i>(in duizenden euro's)</i>	Wettelijke reserve	Algemene reserve	Onverdeeld resultaat	Totaal
Saldo per 1 januari	828	8.786	-151	9.463
Mutaties:				
Herrubricering	-719	719	0	0
Toevoeging resultaat 2013	0	-151	151	0
Resultaat 2014	0	0	571	571
Saldo per 31 december	109	9.354	571	10.034



ENERGIECOLLECTIEF, ENERGIEVERGELIJKER

De Energievergelijker en het Energiecollectief waren ook in 2014 actief. In 2014 werd de Energievergelijker 458.046 keer bezocht. In totaal stapten er 31.260 consumenten over met de vergelijker, iets minder dan verwacht. In 2014 werd er viermaal een Energiecollectief georganiseerd. In totaal stapten daarmee 50.911 mensen over.



Overige gegevens

Voorstel verwerking resultaat

De Bondsraad beslist op 18 april 2015 over de bestemming van het resultaat, volgens de statuten, artikel 13b en 13l.

We stellen voor het positieve resultaat over het boekjaar van €571.000,- ten bate van de algemene reserve te brengen.

Controleverklaring van de onafhankelijke accountant

Aan: de Bondsraad van Consumentenbond

Verklaring betreffende de jaarrekening

Wij hebben de in dit verslag opgenomen jaarrekening 2014 van Consumentenbond te Den Haag gecontroleerd. Deze jaarrekening bestaat uit de geconsolideerde en enkelvoudige balans per 31 december 2014 en de geconsolideerde en enkelvoudige staat van baten en lasten over 2014 met de toelichting, waarin zijn opgenomen een overzicht van de gehanteerde grondslagen voor financiële verslaggeving en andere toelichtingen.

Verantwoordelijkheid van de directie

De directie van de vereniging is verantwoordelijk voor het opmaken van de jaarrekening die het vermogen en het resultaat getrouw dient weer te geven, alsmede voor het opstellen van het jaarverslag, beide in overeenstemming met Titel 9 Boek 2 van het in Nederland geldende Burgerlijk Wetboek (BW). De directie is tevens verantwoordelijk voor een zodanige interne beheersing als de directie noodzakelijk acht om het opmaken van de jaarrekening mogelijk te maken zonder afwijkingen van materieel belang als gevolg van fraude of fouten.

Verantwoordelijkheid van de accountant

Onze verantwoordelijkheid is het geven van een oordeel over de jaarrekening op basis van onze controle. Wij hebben onze controle verricht in overeenstemming met Nederlands recht, waaronder de Nederlandse controlestandaarden. Dit vereist dat wij voldoen aan de voor ons geldende ethische voorschriften en dat wij onze controle zodanig plannen en uitvoeren dat een redelijke mate van zekerheid wordt verkregen dat de jaarrekening geen afwijkingen van materieel belang bevat.

Een controle omvat het uitvoeren van werkzaamheden ter verkrijging van controle-informatie over de bedragen en de toelichtingen in de jaarrekening. De geselecteerde werkzaamheden zijn afhankelijk van de door de accountant toegepaste oordeelsvorming, met inbegrip van het inschatten van de risico's dat de jaarrekening een afwijking van materieel belang bevat als gevolg van fraude of fouten.

Bij het maken van deze risico-inschattingen neemt de accountant de interne beheersing in aanmerking die relevant is voor het opmaken van de jaarrekening en voor het getrouwe beeld daarvan, gericht op het opzetten van controlewerkzaamheden die passend zijn in de omstandigheden. Deze risico-inschattingen hebben echter niet tot doel een oordeel tot uitdrukking te brengen over de effectiviteit van de interne beheersing van de vereniging. Een controle omvat tevens het evalueren van de geschiktheid van de gebruikte grondslagen voor financiële verslaggeving en van de redelijkheid van de door de directie van de vereniging gemaakte schattingen, alsmede een evaluatie van het algehele beeld van de jaarrekening.

Wij zijn van mening dat de door ons verkregen controle-informatie voldoende en geschikt is om een onderbouwing voor ons oordeel te bieden.

COSUMENTENBOND COMMUNITY

In 2014 is gestart met het opbouwen van de Consumentenbond community. Via de community vergroten we de interactie en binding tussen consumenten onderling en met de Consumentenbond. We bieden een platform waar consumenten onderling kennis en ervaring uitwisselen.

Oordeel

Naar ons oordeel geeft de jaarrekening een getrouw beeld van de grootte en de samenstelling van het vermogen van Consumentenbond per 31 december 2014 en van het resultaat over 2014 in overeenstemming met Titel 9 Boek 2 BW.

Verklaring betreffende overige bij of krachtens de wet gestelde eisen
Ingevolge artikel 2:393 lid 5 onder e en f BW vermelden wij dat ons geen tekortkomingen zijn gebleken naar aanleiding van het onderzoek of het jaarverslag, voor zover wij dat kunnen beoordelen, overeenkomstig Titel 9 Boek 2 BW is opgesteld, en of de in artikel 2:392 lid 1 onder b tot en met h BW vereiste gegevens zijn toegevoegd. Tevens vermelden wij dat het jaarverslag, voor zover wij dat kunnen beoordelen, verenigbaar is met de jaarrekening zoals vereist in artikel 2:391 lid 4 BW.

Utrecht, 7 mei 2015

PricewaterhouseCoopers Accountants N.V.

Origineel getekend door

M.H.A. Bauman RA

Colofon

Productie:
Productie & Grafisch ontwerp

Ontwerp en Vormgeving:
Productie & Grafisch ontwerp
Janneke Smilde

Eindredacteur:
Financiën, faciliteiten & informatievoorziening
Koos van Brecht

Fotografie: iStockphoto / Hollandse Hoogte

Uitgave: Juni 2015

Meer informatie voor pers en geïnteresseerden:
Bart Combée,
Algemeen Directeur,
(070) 445 45 40

Consumentenbond
Enthovenplein1
Postbus 1000
2500 BA Den Haag
Telefoon (070) 445 45 45
www.consumentenbond.nl

Consumentenbond
Enthovenplein 1
2521 DA Den Haag