

Nepwinkels op social media kosten consument miljoenen

06-11-2018 09:20



Consumenten zijn het afgelopen jaar voor bijna vijf miljoen euro opgelicht door nepshops op social media. Dat blijkt uit onderzoek van de Autoriteit Consument & Markt (ACM).

Bedrijven bieden producten aan via social media als Facebook en Instagram. Via advertenties worden consumenten gericht en rechtstreeks benaderd zonder tussenkomst van de website. Vaak is onduidelijk wie de aanbieder is en onder welke voorwaarden de koop plaatsvindt. Zodra de advertentie verdwijnt, is de afzender onbekend en onvindbaar. De bestelde producten blijken uiteindelijk van een nepmerk te zijn, of worden helemaal niet geleverd.

Om consumenten beter te beschermen tegen deze nepshops is de ACM een campagne gestart. Hierin wordt gewezen op de risico's van het kopen via social media. Kopers krijgen het advies om vooraf reviews te lezen om de betrouwbaarheid te checken en te kiezen voor een betaalmethode met geldteruggarantie of achteraf betalen. Volgens de ACM is social media een 'vluchtig medium', waardoor het aanbod en de verkoper ook vluchtig zijn. Consumenten zouden daar daarom extra goed moeten opletten.

