

economie

EU-parlement: Europees toezicht op autobranche

Nasleep dieselschandaal

De Europese Commissie moet meer bevoegdheden krijgen om toezicht te houden op de automarkt en nationale instanties die auto's goedkeuren. Daarvoor stemde gisteren een meerderheid van het Europees Parlement naar aanleiding van het dieselschandaal bij Volkswagen.

De EU-landen zijn zelf verantwoordelijk voor de handhaving van de emissienorm en het toelaten van auto's. Brussel wil hierin een rol spelen, maar bijvoorbeeld minister van infrastructuur en milieu Schultz van Haegen vindt een Europese toezichthouder niet nodig.

Het CDA in Europa is tevreden. "Het is van de zotte dat wij door de Amerikanen op deze misstand gewezen moesten worden", reageert EU-parlementariër Annie Schreijer-Pierik. "Het laat zien dat nationale toezichthouders hebben verzaakt en de controle beter moet."

Het Europees Parlement eiste ook

dat met de nieuwe testprocedure die de werkelijke uitstoot van dieselauto's meet niet wordt gemarkeerd. De foutmarges moeten tot een minimum worden beperkt, en de lidstaten moeten geen overgangsfase invoeren waarin de normen mogen worden overschreden.

D66-Europarlementariër Gerben-Jan Gerbrandy vindt het 'onacceptabel' dat de lidstaten niet open zijn over hun positie. "Sommige landen schijnen nog jaren een uitstoot te willen toestaan van 300 procent boven de wettelijke normen." De Europese Commissie werkt aan nieuwe wetgeving. EU-commissaris Elzbieta Bienkowska (interne markt) zei maandagavond dat de lidstaten 'heel dicht' bij haar voorstel blijven. Dat zou betekenen dat nieuwe dieselwagens de norm voor de uitstoot van stikstof tot 2019 met 60 procent mogen overschrijden. (ANP)

KPN boekt meer winst bij een dalende omzet

Kwartaalcijfers

KPN heeft vorig kwartaal winst geboekt op een omzet die lager was dan een jaar eerder. Dat maakte het telecombedrijf gisteren bekend.

KPN zag de omzet in het derde kwartaal met bijna 3 procent dalen, tot 1,76 miljard euro. Het bedrijfsresultaat, zonder eenmalige posten, verbeterde met 5 procent naar 640 miljoen euro. Onder de streep stond een nettowinst van 87 miljoen euro, tegen een verlies van 75 miljoen euro een jaar eerder.

Net als in de vorige kwartalen had KPN vooral last van afnemende opbrengsten op de zakelijke markt. Verbeteringen op de consumentenmarkt konden die krimp niet volledig compenseren. Daar breidde het bedrijf het klantenbestand van mobiele telefonie wel uit met 80.000 abonnees. Verder werden per saldo 55.000 nieuwe televisieklanten gestrikt.

De opbrengsten van KPN stonden

lange tijd zwaar onder druk door het toenemende gebruik van internetdiensten als WhatsApp. De afgelopen jaren werden abonnementsvormen aangepast om beter te kunnen profiteren van de enorme groei van het internetverkeer. Daardoor weet KPN beter te verdienen aan het datagebruik.

KPN wierf vorig kwartaal 33.000 nieuwe breedbandklanten. Die gebruiken hun vaste internetverbinding voor een groot deel om YouTube en Netflix mee te kijken. Die streamingdienst is nu goed voor een vijfde van het vaste internetverkeer van KPN-klanten, tegen 12 procent een jaar eerder.

KPN-topman Blok ging gisteren niet in op de geruchten dat Deutsche Telekom T-Mobile Nederland zou willen verkopen. Hij benadrukte dat KPN zich volledig richt op een zelfstandige toekomst, waar geen partner bij nodig is. (ANP)

Nieuwe generatie Europeanen dreigt buiten de boot te vallen

Geen baan, geen opleiding

Armoede en sociale uitsluiting dreigen voor circa 26 miljoen kinderen en jongeren in de Europese Unie. Dat staat in een gisteren gepubliceerd rapport van de Duitse stichting Bertelsmann over sociale omstandigheden in 28 EU-lidstaten.

Volgens de onderzoekers neemt de sociale kloof tussen jong en oud en tussen de zuidelijke en noordelijke lidstaten van de EU toe, ondanks het economisch herstel.

Alleen al in Spanje, Griekenland, Italië en Portugal is het aantal kinderen en jongeren dat door armoede of sociale uitsluiting wordt bedreigd sinds 2007 toegenomen met 1,2 miljoen tot 7,6 miljoen.

Verder blijkt het aantal EU-burgers tussen 20 en 24 jaar dat geen werk heeft en ook geen opleiding volgt, in 25 van de 28 lidstaten te zijn toegenomen. Alleen in Duitsland en Zweden is het perspectief

van de mensen in deze leeftijdsgroep verbeterd.

"We kunnen ons zowel in sociaal als economisch opzicht niet veroorloven dat een generatie in Europa verloren gaat. De EU en haar lidstaten moeten zich tot het uiterste inspannen om de kansen voor jonge mensen duurzaam te verbeteren", aldus de bestuursvoorzitter van Bertelsmann, de Nederlandse oud-minister van sociale zaken en werkgelegenheid Aart Jan de Geus.

Op de ranglijst van sociaal rechtvaardigste EU-landen staat Nederland net als vorig jaar op de vierde plek. Ons land scoort goed op gezondheid, de preventie van armoede en de aanpak van discriminatie. Zweden, Denemarken en Finland vormen de top drie. Italië, Bulgarije en Roemenië staan onderaan, net boven hekkensluiter Griekenland. (ANP)

Ongeoorloofde reclame

Schadeclaim tegen LinkedIn voor 'stelen' identiteit gebruikers

In VS kregen gedupeerden compensatie. Nederlanders willen dat ook.

Joost Morel

Spammen en nog eens spammen. LinkedIn bleef maar mailtjes sturen uit de adresboeken van gebruikers, met foto's en privégegevens, om nieuwe leden te werven. In de Verenigde Staten heeft de netwerksite hiervoor al een schikking getroffen, maar nu kunnen Nederlanders ook een claim indienen voor het ongeoorloofd gebruik van hun identiteit, via linkedin-schadeclaim.nl.

Waar gaat het om? Om de 'Add Connection-functie'. Tussen 2011 en 2014 gaven gebruikers LinkedIn toestemming om persoonlijke e-mailcontacten te doorzoeken, om nieuwe LinkedIn-connecties te vinden.

Als gebruikers al een LinkedIn-account hadden, werden ze uitgenodigd om een connectie met de afzender aan te gaan. Had het e-mailcontact nog geen LinkedIn, dan werd deze persoon uitgenodigd om ook op het platform te komen.

Het claimbureau Gilardi & Co spande in 2013 een zogenoemde *class action*-zaak (groepsproces) aan. Het beschuldigde de netwerksite ervan zonder toestemming gebruik te maken van de namen en foto's van leden en uitnodigingen te sturen. Destijds bestempelde LinkedIn veel van die aantijgingen als vals. De rechter oordeelde dat leden het sociale netwerk toestemming gaven om hun e-mailadres te gebruiken.

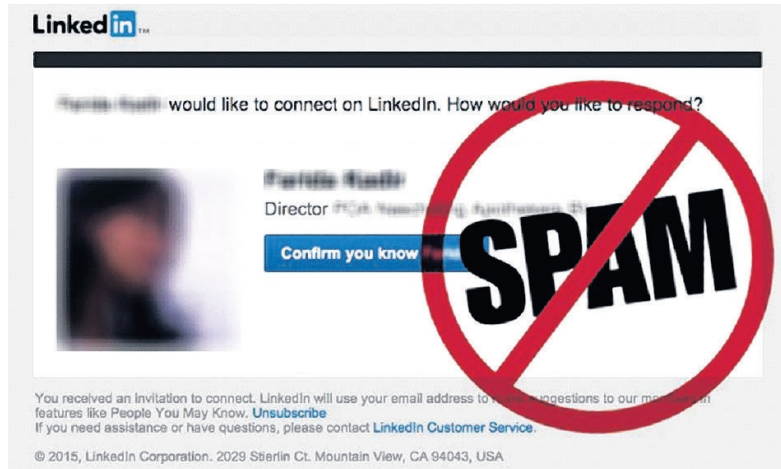
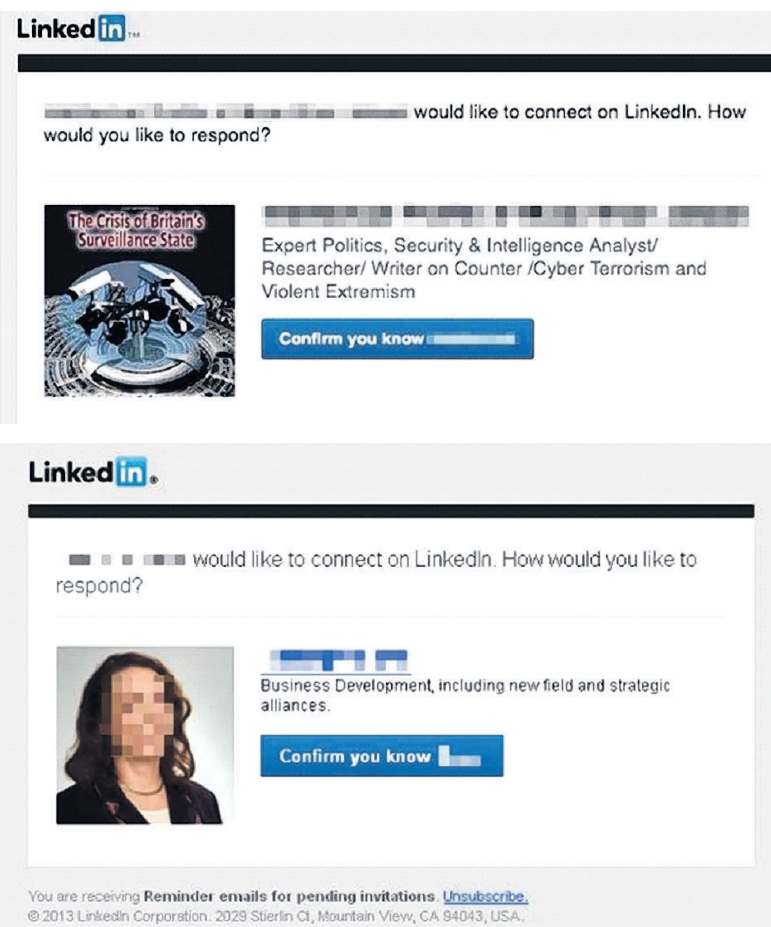
Maar de rechter oordeelde ook dat het illegaal was dat LinkedIn vervolgens twee herinneringsmails stuurde, inclusief naam en foto van de uitnodiger. Zo maakte de website reclame met hun identiteit. Begin oktober reserveerde LinkedIn een bedrag van 13 miljoen dollar om, per gedupeerde, een maximaal bedrag van 1500 dollar uit te keren. Ook Europese gebruikers maken nu aanspraak op een schadevergoeding, want de uitspraak van de rechter overschrijft de Amerikaanse grens.

"Het hof heeft namelijk besloten dat iedereen die binnen de aanklacht past in de schikkinggroep valt", zegt Orlando Kadir. Hij is schadejurist bij Corpocon, een organisatie die gespecialiseerd is in letselschadeclaims en voor Nederlandse LinkedIn-gebruikers de claim indient.

In Nederland telt LinkedIn vijf miljoen leden, vertelt Kadir. "En zeker 40 procent daarvan heeft de Add Connection-functie gebruikt." Er volgden ook niet slechts twee herinneringsmails. "Het waren er veel meer, maar daar is geen bewijs voor. LinkedIn heeft deze op heel slimme wijze gedeletet uit alle systemen."

Volgens de initiatiefnemer heeft het platform goudgeld verdiend met de spam-mailtjes. In Nederland was de aanwas van gebruikers 30 procent hoger door de Add Connection-functie. "Per nieuwe aanmelding krijgt LinkedIn minimaal 20 dollar binnen. Wereldwijd loopt dat in de honderden miljoenen."

Kadir is van mening dat Nederlanders het recht hebben op dezelfde



Voorbeelden van spam-mail.

Aanwas LinkedIn Nederland door de Add Connection-functie

30 %

compensatie als Amerikaanse gebruikers. Hij klopte aan bij het Amsterdamse filiaal van LinkedIn, maar kreeg nul op het rekest. "Elke poging tot een gesprek werd geblokkeerd. Het kantoor stelt niets voor." Daarom schreef hij de Amerikaanse en Ierse kantoren aan.

Nu gaat hij voor een vergoeding van 250 tot 350 euro per gedupeerde. Want hoewel hij de 13 miljoen in Amerika een 'foetje' noemt, is het

niet zijn bedoeling om het bedrijf kapot te claimen. (De claim is op no-cure-no-paybasis. Bij uitbetaling is 15 procent voor de claimorganisatie.) In enkele dagen kreeg hij honderden aanmeldingen binnen. Maar met een nieuwe schikking is LinkedIn nog niet van de kwestie af. Ook de Europese Commissie is van plan het netwerk te beboeten.

Sociale netwerken en internetbedrijven liggen sowieso onder een vergrootglas. Facebook is marktleider in irritaties, zegt Kadir. Het bedrijf verkoopt internetgegevens van gebruikers aan derden door, zodat deze toegespitste reclamebanners kunnen tonen. Ook Google gaat aan de haal met privégegevens. Kadir: "Het is 100 procent zeker dat er de komende jaren grote rechtszaken tegen Facebook en Google komen. Zij trekken een blik met de beste advocaten open om de boel te vertragen, maar ze zijn vroeg of laat aan de beurt."