

„Migranci i ochrona konsumentów na rynkach cyfrowych“ 12.02.2015

Wyniki trzecich warsztatów:

Prezentacja wyników badania rynku i forum DIGITALES

Podczas trzecich warsztatów projektu „Migranci i ochrona konsumentów na rynkach cyfrowych“ w dniu 12 lutego 2015 r. zaprezentowano wyniki pierwszego badania rynku etnotaryf komórkowych oraz interaktywną platformę internetową „Forum DIGITALES“. Oprócz członków zarządu kilku Centrali Konsumentckich obecni byli liczni multiplikatorzy z rosyjskich i tureckich zrzeszeń migrantów oraz przedstawiciele społecznych instytucji doradczych.

Irmgard Czarnecki, członkini zarządu Centrali Konsumentckiej w Bremie w swojej mowie powitalnej podkreśliła olbrzymie znaczenie tych warsztatów dla wymiany doświadczeń pomiędzy przedstawicielami organizacji migrantów. Zaapelowała do związków migrantów, aby zmobilizowały się dla „idei Central Konsumentckich“. Pani Czarnecki wyjaśniła wyraźnie, że Centrale Konsumentckie nie są urzędem. Migranci nie muszą więc obawiać się „progów instytucji“.

W pierwszej części warsztatów kierowniczka projektu Dr. Çiçek Bacik zreferowała wyniki badania rynku etnotaryf komórkowych i udzieliła rad w sprawie obchodzenia się z pułapkami konsumentckimi.

Badanie rynku zostało przeprowadzone we współpracy z Centralami Konsumentckimi w Bremie i Hamburgu w okresie 16.06.2014 – 31.07.2014. W badaniu rynku skontrolowano strony internetowe pięciu wybranych przedsiębiorstw telekomunikacyjnych (Ay Yıldız, Turkcell, Türk Telekom Mobile, Eco World Connect i Star Communications) i w sumie dziesięć taryf telefonii komórkowej pod kątem przyjazności dla konsumentów.

Ważnymi punktami badania były: prezentacja cen, dostępność OWH, pouczenia o prawie do odstąpienia od umowy, wielojęzyczność stron internetowych i infolinii dla klientów, oświadczenia w sprawie ochrony danych osobowych, obowiązkowe informacje zawarte w notce prawnej i czas obowiązywania umowy.

Dr. Bacik zrelacjonowała, że zbadane strony internetowe z taryfami dla konsumentów okazały się nieprzejrzyste. Szczegóły cen były ukryte w przypisach i w cennikach i były trudno dostępne dla konsumentów. Przedsiębiorstwa ponadto próbowały zabiegać o klientów celowo kuszącymi ofertami i niskimi cenami. OWH były trudno dostępne dla konsumentów i nie były udostępniane w wielu językach. Bardzo trudno było również ustalić klientom operatorów telefonii komórkowej, z jakimi operatorami zawierają umowy, ponieważ na stronach internetowych operatorów zamieszczano różnorodne OWH i cenniki współpracujących przedsiębiorstw.

Jako ważny wynik badania rynku wspomniano, że zbadane pouczenia o prawie do odstąpienia od umowy nie odpowiadały obowiązującym wytycznym ustawowym.

Informacje o ochronie danych osobowych są trudno dostępne dla konsumentów, ponieważ istnieją tylko w języku niemieckim i nie są oznaczone jako oddzielny punkt na stronach internetowych. Również trzy z pięciu przedsiębiorstw nie wypełniały ustawowych wytycznych w sprawie obowiązku zamieszczania notki informacyjnej. Brakowało tu częściowo adresów, obowiązkowych numerów telefonów lub informacji o adresach e-mail oraz o właściwym organie regulacyjnym. Dr. Bacik w swoim wywodzie wskazała, że wszystkie zbadane przedsiębiorstwa oferowały na swoich stronach internetowych tylko umowy z 24-miesięcznym okresem obowiązywania i wbrew ustawowym zobowiązaniom nie udzielały informacji o krótszych, 12-miesięcznych okresach obowiązywania.

Na koniec Dr. Bacik postulowała wzmożone uświadamianie konsumentów w celu zwiększenia ich wrażliwości przede wszystkim w zakresie ochrony danych i OWH.

Zbadane przedsiębiorstwa, które dotychczas nie były obiektem zainteresowania organów regulacyjnych, celowo wykorzystywały deficyty językowe migrantów. Z tego powodu pilną propozycją rozwiązania jest wdrożenie rozporządzenia w sprawie przejrzystości w telekomunikacji w celu poprawy praw konsumenta w sektorze telefonii komórkowej. W szczególności należy wprowadzić przewidzianą w projekcie rozporządzenia kartę informacyjną produktu dla konsumentów, z której wynikają najważniejsze informacje dotyczące umowy, takie jak: opłata miesięczna, okres obowiązywania umowy itp. Dalszymi postulatami, o których w następstwie badania rynku mówiono już podczas konferencji prasowej w dniu 16 października 2014 r. były rozszerzenie kampanii informacyjnej i doradztwa dla Centrali Konsumentek i migrantów.

W drugiej części warsztatów Ünal Zeran, prawnik i referent projektu Centrali Konsumentek w Hamburgu poinformował uczestników o upomnieniach i reakcjach zbadanych przedsiębiorstw na badanie rynku. Na początku wskazał on, że Centrale Konsumentek posiadają prawo wnoszenia powództwa związku, co może być również korzystne dla migrantów. Wskazał, że w przypadku powództwa zbiorowego konsumenci także nie znajdują się w centrum uwagi. Nadto poinformował, że czterech na pięciu zbadanych operatorów zostało upomnianych z powodu nieprzestrzegania przepisów prawa i wszystkie przedsiębiorstwa zareagowały na te upomnienia i skonstruowały swoje strony internetowe w sposób bardziej przyjazny dla konsumenta.

Firma Turkcell krótko potem wstrzymała swoją taryfę, za którą otrzymała upomnienie. Oprócz Turkcell upomniano także Ay Yıldız, podmiot zależny E-Plus. Po upomnieniu i krytyce mediów także ten operator obiecał poprawę. Od tego czasu przypisy na stronie internetowej można przeczytać również w języku tureckim. Firmy Star Communications i Eco World Connect, które również otrzymały upomnienie, złożyły oświadczenia o zaniechaniu niewłaściwych praktyk. Upomnienia doprowadziły także do tego, że partnerzy współpracujący z tymi przedsiębiorstwami są w sposób bardziej przejrzysty przedstawieni na stronach internetowych.

Ekaterina Quehl, realizująca projekt Centrali Konsumentek w Berlinie, w trzeciej części warsztatów zaprezentowała „Forum DIGITALES“, które odbyło się online w grudniu 2014 r.

Poinformowała, że w Internecie trudno jest znaleźć oferty doradztwa na temat rynków cyfrowych w języku tureckim lub rosyjskim i że w kwestii rynków cyfrowych migranci wymieniają się swoimi doświadczeniami na forach dyskusyjnych w języku ojczystym. Interaktywna platforma konsumentka „Forum DIGITALES“ została uruchomiona online, aby udzielać pomocy konsumentom z doświadczeniem migracyjnym poprzez zwykle przez nich używane kanały komunikacji. „Forum DIGITALES“ zostało pomyślane jako platforma z pytaniami i odpowiedziami. Konsumenti mogą bez wcześniejszej rejestracji zadawać pytania dotyczące telekomunikacji, Internetu, ochrony danych i opłat za radio i telewizję pracownikom posługującym się ich ojczystym językiem. Na życzenie sporządzane są również odpowiedzi w języku tureckim lub rosyjskim.

Pani Quehl wyjaśniła, że forum nie jest obsługiwane w trybie live. Wybrane pytania i odpowiedzi z forum są publikowane anonimowo na stronie projektu. Wskazała, że „Forum DIGITALES“ nie zastępuje indywidualnego doradztwa prawnego, a osoby poszukujące porady ze złożonym problemem prawnym są odsyłane do placówek doradczych Centrali Konsumentekich.

Planuje się kontynuowanie „Forum DIGITALES“ do września 2015 r.

W czwartej części warsztatów Carola Elbrecht, kierowniczka projektu „Surfujący mają prawa“ w Związku Federalnym Central Konsumentekich, Irmgard Czarnecki, członkini zarządu Centrali Konsumentekich w Bremie, Dr. Günter Hörmann, członek zarządu Centrali Konsumentekich w Hamburgu i Dörte Elß, kierowniczka działu Centrali Konsumentekich w Berlinie dyskutowali na temat praw konsumenta na rynkach cyfrowych.

Przed rozpoczęciem dyskusji Carola Elbrecht, kierowniczka projektu „Surfujący mają prawa“, krótko przedstawiła swój projekt. Wspierany przez Federalne Ministerstwo Sprawiedliwości i Ochrony Konsumenta projekt informuje użytkowników Internetu o prawach konsumentów w świecie cyfrowym. Przy pomocy różnych materiałów informacyjnych (informacje dla konsumenta, listy kontrolne, wzory listów itp.) projekt informuje konsumentów o sposobie obchodzenia się z różnymi ofertami i usługami w Internecie. W trakcie dyskusji pani Elbrecht wyjaśniła, że problemy migrantów w świecie cyfrowym dotychczas prawie w ogóle nie były dostrzegane i że wyniki badania rynku etnotaryf komórkowych rzucają światło na tę sferę problemów.

Irmgard Czarnecki zauważyła, że nie jest przypadkiem, iż ten projekt został ulokowany w Bremie, Berlinie i Hamburgu, ponieważ w tych miastach liczba migrantów jest najwyższa. W Bremie Centrala Konsumentekich zebrała bardzo dobre doświadczenia, wydając „Przewodnik zakupowy dla muzułmanów“, który ukazał się w nakładzie 20.000 egzemplarzy. Pani Czarnecki podkreśliła dobre kontakty z organizacjami migrantów. Trudne jednak okazało się wyjaśnienie konsumentom, że Centrala Konsumentekich stoi po ich stronie. Kierowniczka projektu Sieci Antydyskryminacyjnej Tureckiego Związku Berlina i Brandenburgii, Eva Andrades, zapytała dyskutantów, jakie inicjatywy zostały podjęte przez Centrale Konsumentekich w celu odzwierciedlenia różnorodności kulturowej we własnych szeregach i

dotarcia w ten sposób do migrantów. Dörte Elß wskazała na długą tradycję Centrali Konsumentckiej w Berlinie, która już od ponad 20 lat doradza migrantom pochodzenia tureckiego. W tym kontekście wspomniała również między innymi o odwiedzającej ochronie konsumentów, która jest prowadzona od 2012 r. W chwili obecnej prowadzone jest doradztwo na miejscu w Marzahn i Lichtenbergu, w razie potrzeby również w języku rosyjskim. Wygłaszane są również wykłady specjalnie dla konsumentów z doświadczeniem migracyjnym. W ten sposób Centrala Konsumentcka w Berlinie próbuje zlikwidować barierę psychiczną migrantów wobec Centrali Konsumentckiej. Doradztwo w języku tureckim i rosyjskim oferowane jest również w Centrali Konsumentckiej w Berlinie. We współpracy z innymi podmiotami uczestniczącymi w projekcie prowadzone są szkolenia multiplikatorów dla organizacji migrantów. Dla odzwierciedlenia różnorodności kulturowej we własnych szeregach w ostatnim czasie podczas zatrudniania nowych pracowników na wolne stanowiska zatrudniono wiele osób z doświadczeniem migracyjnym.

Pani Czarnecki zwróciła w związku z tym uwagę na finansową zależność Central Konsumentckich od rządów krajowych i projektów. Środków jest za mało na stworzenie odpowiednich ofert doradztwa dla migrantów. Wielu uczestników podkreśliło ważność kształcenia konsumentów w szkołach, aby zwrócić na ten problem uwagę dzieci i rodziców. Eva Andrades z Sieci Antydyskryminacyjnej w Berlinie wskazała na niewielkie zainteresowanie Central Konsumentckich występowaniem przeciwko dyskryminacji konsumentów z doświadczeniem migracyjnym. Dörte Elß wyjaśniła ponadto, że przypadki dyskryminacji są trudne do udowodnienia.

W opinii pani Czarnecki projekt „Migranci i ochrona konsumentów na rynkach cyfrowych“, jak pokazały wyniki badania rynku, dotarł do szerokiej publiczności. Celem było przy tym zwrócenie uwagi migrantów na ich prawa.

Zeki Çağlar z Centrum Migracji i Integracji z AWO w Wedding wskazał na możliwość zdobycia większego dostępu do grupy docelowej poprzez udział w kursach integracyjnych. Larissa Gheorghienko z międzynarodowego Młodzieżowego Domu Sztuki i Kultury w Friedrichshain-Kreuzberg zaleciła Centralom Konsumentckim, aby nie zaniedbywały licznych analfabetów i udostępniały swoje informacje dla konsumentów bez barier dla grupy docelowej. W tym miejscu Dörte Elß wskazała, że wyniki projektu zostały udźwiękowione w języku tureckim, rosyjskim i niemieckim i zamieszczone na stronie internetowej.

Wszyscy uczestnicy warsztatów byli zdania, że przedsiębiorstwa telekomunikacyjne mają obowiązek informowania grupy docelowej na temat ważnych punktów umowy (OWH, pouczenie o prawie do odstąpienia od umowy, partnerzy umowni itp.) oraz na temat ochrony danych również w języku ojczystym. Przedstawiciele Central Konsumentckich postulowali silniejszą kontrolę operatorów taryf komórkowych i zaapelowali do przedstawicieli organizacji migrantów, aby zalecali migrantom zwracanie się z problemami do placówek doradczych Central Konsumentckich.