

DAGVAARDING IN KORT GEDING

Heden de, tweeduizend vijftwintig, op
verzoek van:

1. de besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid **TRANS LINK SYSTEMS B.V.**, gevestigd en kantoorhoudend aan het Stationsplein 151 te (3818 LE) Amersfoort en ingeschreven in het register van de Kamer van Koophandel onder nummer 30177126; en
2. de **VERENIGING REIZIGERS OPENBAAR VERVOER**, gevestigd aan de Stadsring 115 te (3817 AX) Amersfoort en ingeschreven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel onder nummer 40410205;

in deze zaak woonplaats kiezende aan de Molenwerf 16 te (1014 BG) Amsterdam, ten kantore van Kennedy Van der Laan N.V., van welk kantoor mrs. V. van Druenen en R.H.G. van Schaik als behandelend advocaten zijn gesteld en als zodanig optreden;

GEDAGVAARD:

1. De besloten vennootschap met beperkte aansprakelijkheid **KINGS ONLINE B.V.** (tevens handelend onder de namen **Reisproduct Aanvragen** en **Persoonlijk Reisproduct**), statutair gevestigd te Almere en kantoorhoudend aan de Van Asch van Wijkstraat 55 te (3811 LP) Amersfoort en ingeschreven in het register van de Kamer van Koophandel onder nummer 86963503, in deze zaak woonplaats kiezende aan [adres], ten kantore van [kantoor] van welk kantoor mr. [advocaat] als advocaat optreedt, en aan dit adres mijn exploit doende en afschrift dezes inclusief dagbepaling en producties latende aan:
2. Mevrouw **[gedaagde 2]**, [geboortedatum, geboorteplaats, woonadres], in deze zaak woonplaats kiezende aan [adres], ten kantore van[kantoor], van welk kantoor mr. [advocaat]als advocaat optreedt, en aan dit adres mijn exploit doende en afschrift dezes inclusief dagbepaling en producties latende aan:

OM:

Op 6 januari 2026 om 13:00 uur, in persoon of vertegenwoordigd door een advocaat, te verschijnen op de terechtzitting van de Voorzieningenrechter van de Rechtbank Midden-Nederland, Locatie Lelystad, welke zitting aldaar zou worden gehouden in het gerechtsgebouw aan het Stationsplein 15 te (8232 DL) Lelystad;

MET UITDRUKKELIJKE AANZEGGING DAT:

1. indien een gedaagde niet in persoon en evenmin vertegenwoordigd door een advocaat op de terechtzitting verschijnt en de voorgeschreven termijnen en formaliteiten in acht zijn genomen, de rechter verstek tegen die gedaagde zal verlenen en de hierna omschreven vordering zal toewijzen, tenzij deze hem onrechtmatig of ongegrond voorkomt;
2. indien ten minste één van de gedaagden in persoon of bij advocaat in het geding verschijnt en het griffierecht tijdig heeft voldaan, tussen alle partijen één vonnis zal worden gewezen, dat als een vonnis op tegenspraak wordt beschouwd;
3. de eisende en de gedaagde partijen verplicht zijn om de feiten die van belang zijn voor de beslissing van de rechter volledig en naar waarheid aan te voeren;
4. de rechter de feiten en rechten die door een partij zijn gesteld en door de wederpartij niet of niet voldoende zijn betwist, als vaststaand moet beschouwen, behoudens zijn bevoegdheid bewijs te verlangen, zo vaak aanvaarding van de stellingen zou leiden tot een rechtsgevolg dat niet ter vrije bepaling van partijen staat;
5. bij verschijning in het geding van ieder van de gedaagden een griffierecht zal worden geheven, te voldoen binnen vier weken te rekenen vanaf het tijdstip van verschijning;
6. de hoogte van de griffierechten is vermeld in de meest recente bijlage behorend bij de Wet griffierechten burgerlijke zaken, die onder meer is te vinden op de website: www.kbvg.nl/griffierechtentabel;
7. van een persoon die onvermogen is, een bij of krachtens de wet vastgesteld griffierecht voor onvermogenen wordt geheven, indien hij op het tijdstip waarop het griffierecht wordt geheven heeft overgelegd:
 - een afschrift van het besluit tot toevoeging, bedoeld in artikel 29 van de Wet op de rechtsbijstand, of indien dit niet mogelijk is ten gevolge van omstandigheden die redelijkerwijs niet aan hem zijn toe te rekenen, een afschrift van de aanvraag, bedoeld in artikel 24, tweede lid, van de Wet op de rechtsbijstand, dan wel
 - een verklaring van het bestuur van de raad voor rechtsbijstand, bedoeld in artikel 7, derde lid, onderdeel e, van de Wet op de rechtsbijstand waaruit blijkt dat zijn inkomen niet meer bedraagt dan de inkomens bedoeld in de algemene maatregel van bestuur krachtens artikel 35, tweede lid, van die wet;
8. van gedaagden die bij dezelfde advocaat verschijnen en gelijklopende conclusies nemen of gelijklopend verweer voeren, op basis van artikel 15 van de Wet griffierechten burgerlijke zaken slechts eenmaal een gezamenlijk griffierecht wordt geheven;
9. eiseres sub 2, op straffe van niet-ontvankelijkheid, binnen twee dagen na de dag van dagvaarding, het exploit van dagvaarding ter griffie indient en gelijktijdig aantekening maakt van deze dagvaarding in het centraal register voor collectieve acties als bedoeld in artikel 3:305a lid 7 BW, zodat ook andere belangenorganisaties en/of belanghebbenden op de hoogte zijn van

deze collectieve vordering, te vinden op www.rechtspraak.nl/Registers/centraal-register-voorcollectieve-vorderingen. De aantekening zal vergezeld gaan van een uittreksel van de dagvaarding.

TENEINDE:

Op de terechtzitting kennis te nemen van de volgende eisen en gronden van eiseres sub 1 ("**Translink**") en 2 ("**Rover**") (samen: "**Translink c.s.**"), waartegen gedaagde sub 1 ("**Kings Online**") en sub 2 ("**[Gedaagde 2]**") (samen: "**Kings Online c.s.**") verweer kunnen voeren.

INHOUDSOPGAVE

1. Inleiding	5
<i>Samenvatting: het geschil in een notendop</i>	5
<i>Indeling dagvaarding</i>	5
<i>Toelichting omvang dagvaarding (conform art. 3.12 Landelijk procesreglement)</i>	6
2. Achtergrond van het geschil	6
<i>De betrokken partijen</i>	6
<i>De OV-chipkaart</i>	10
<i>De Websites die Kings Online exploiteert</i>	11
<i>Het ontbreken van voordelen voor de consument bij een aanvraag via de Websites</i>	19
<i>Een veelheid aan klachten over de Websites</i>	21
<i>Aanloop naar dit kort geding</i>	23
3. Juridische onderbouwing	24
<i>Kings Online maakt zich op de Websites schuldig aan oneerlijke handelspraktijken</i>	25
<i>Kings Online handelt onrechtmatig jegens de reizigers die Rover vertegenwoordigt en Translink</i>	38
<i>Het onrechtmatige handelen van [Gedaagde 2]</i>	40
4. De vorderingen van Translink c.s. en het spoedeisend belang	40
<i>De vorderingen van Translink c.s.</i>	40
<i>Het spoedeisend belang</i>	41
5. Ontvankelijkheid Rover	41
<i>Gelijksoortigheid/bundelbaarheid van belangen</i>	42
<i>Statutaire behartiging en representativiteit</i>	42
<i>Geen winstoogmerk en band met de Nederlandse rechtssfeer</i>	42
<i>Voldoende overleg</i>	43
<i>Ontvankelijkheidseisen artikel 1018c lid 1 Rv</i>	43
6. Bekende verweren Kings Online c.s.	43
7. Bevoegdheid Voorzieningenrechter	45
8. Bewijs	45

1. INLEIDING

Samenvatting: het geschil in een notendop

- 1.1. Als het meest gebruikte betaalmiddel en vervoersbewijs in het OV vervult de OV-chipkaart een sleutelfunctie bij de toegang tot alle vormen van het OV in Nederland. Aanvragen voor nieuwe OV-Chipkaarten vinden dan ook dagelijks plaats, door reizigers van jong tot oud. Kings Online richt zich op deze consumenten door het exploiteren van twee websites. Zoekt een consument in Google op termen als “persoonlijke ov-chipkaart” of “reisproduct aanvragen”, dan krijgt hij bovenaan de zoekresultaten geregeld een betaalde advertentie van Kings Online te zien. Klinkt hij daarop, dan komt hij terecht op één van websites van Kings Online (persoonlijkreisproduct.nl en reisproductaanvragen.nl). Daarop verleidt Kings Online nietsvermoedende consumenten vervolgens om met een paar muisklikken een onherroepelijke bestelling te plaatsen voor de aanvraag van een OV-chipkaart, waarbij de consument zonder dat hij dat doorheeft EUR 30,00 extra betaald voor zijn aanvraag, bovenop de adviesprijs voor een OV-Chipkaart van EUR 7,50. Voor de consument staat daar geen enkel voordeel tegenover. Sterker nog, het bestellen via Kings Online heeft juist verschillende nadelen. Het wekt dan ook geen verbazing dat, onder andere, reviewsites als Trustpilot vol staan met meldingen van consumenten die zich misleidt en zelfs opgelicht voelen door Kings Online. De bestuurder van Kings Online draagt daar rechtstreeks aan bij, door niet alleen aansturing te geven aan deze activiteiten van Kings Online, maar ook zelf herhaaldelijk evident misleidende mededelingen te doen aan consumenten over de (kosten van de) dienstverlening van Kings Online.
- 1.2. Translink, die in deze procedure uit eigen naam en op grond van haar eigen belangen optreedt, en Rover, die de belangen van alle reizigers van OV in Nederland collectief behartigt, lichten in deze dagvaarding toe dat Kings Online met de exploitatie van de websites (i) in strijd handelt met zowel het algemene verbod op oneerlijke en misleidende handelspraktijken als specifieke bepalingen die daarop zien en (ii) onrechtmatig handelt jegens zowel Translink als de reizigers die Rover vertegenwoordigt. [Gedaagde 2] geeft als bestuurder sturing aan dit onrechtmatige handelen en handelt – mede daardoor – ook zelf onrechtmatig. Sommaties om dit onrechtmatige handelen te staken zijn tevergeefs geweest. Translink c.s. hebben daarom geen andere mogelijkheid gezien dan dit kort geding te initiëren. Daarin vorderen Translink c.s. primair dat Kings Online c.s. wordt veroordeeld de exploitatie van de websites staken en zich onthouden van de directe of indirecte exploitatie van soortgelijke websites. Subsidiar vorderen Translink c.s. dat Kings Online c.s. veroordeeld worden de websites te wijzigen conform de eisen zoals omschreven onder 3 van het petitum, en om aan deze eisen ook te voldoen indien zij in de toekomst soortgelijke websites gaan exploiteren.

Indeling dagvaarding

- 1.3. Translink c.s. lichten hun vorderingen hierna toe. Zij bespreken eerst de achtergrond van het geschil (§2). Vervolgens lichten zij hun juridische onderbouwing, vorderingen en het spoedeisend belang dat zij bij toewijzing daarvan hebben toe (§3 en 4). In §5 bespreken Translink c.s. de ontvankelijkheid van Rover, als collectieve belangenbehartiger. Translink c.s. sluiten af met enkele opmerkingen over de bekende verweren van Kings Online c.s. (§6), het toepasselijk recht en de bevoegdheid van uw Voorzieningenrechter (§7) en het bewijs (§8). Voor een volledige inhoudsopgave verwijzen Translink c.s. naar pagina 4 van deze dagvaarding.

Toelichting omvang dagvaarding (conform art. 3.12 Landelijk procesreglement)

- 1.4. Translink c.s. hebben getracht deze dagvaarding beknopt te houden. Desalniettemin zijn zij er niet in geslaagd de omvang te beperken minder dan 25 pagina's. Conform art. 3.12 van het Landelijk procesreglement, geven Translink c.s. daarom een toelichting op deze omvang daarvan.
- 1.5. Een belangrijke reden dat deze dagvaarding langer is dan gebruikelijk, is dat centraal in dit geschil de structuur, vormgeving en inhoud van twee websites staan, die op hun beurt zijn opgebouwd uit meerdere pagina's. Welke informatie op deze pagina's vermeld is (of juist ontbreekt), en de manier waarop de informatieverstrekking plaatsvindt, is bepalend voor de vraag of van een oneerlijke handelspraktijk sprake is, wat de centrale vraag is in dit kort geding. Translink c.s. werken in deze dagvaarding daarom met relatief veel screenshots en citaten. Translink c.s. hebben daarnaast een inhoudsopgave, tussenkopjes en opsommingen opgenomen. Dit draagt wat bij Translink c.s. bij aan de leesbaarheid van deze dagvaarding, maar zorgt er ook voor dat die omvangrijker is.
- 1.6. Er zijn daarnaast andere factoren die bijdragen aan de omvang van deze dagvaarding. Zo zijn bij deze procedure vier partijen betrokken en lichten Translink c.s. voor ieder van die partijen hun rol en belangen toe. De toepasselijke wetgeving over misleidende handelspraktijken is daarnaast gelaagd en bevat open normen, waarbij richtsnoeren en handhavingsbesluiten van de ACM richtinggevend zijn voor de invulling daarvan. Ook die beschrijft Translink c.s. in deze dagvaarding. Tot slot moet Rover vanwege het instellen van de collectieve actie in de dagvaarding vermelden hoe aan bepaalde ontvankelijkheidseisen is voldaan. Zelfs in kort geding en met toepassing van het lichte regime (vgl. art. 1018b lid 1 jo 1018c lid 1 Rv, en art. 3:305a lid 6 BW) heeft zij daarvoor enige ruimte nodig.

2. ACHTERGROND VAN HET GESCHIL**De betrokken partijen***Translink*

- 2.1. Translink is in 2001 opgericht door de vijf grootste OV-bedrijven in Nederland, voor de realisatie van één elektronisch betaalsysteem in het Nederlandse openbaar vervoer ("**OV**") (**Productie 1**). Doel was dat binnen het gehele OV gereisd kon worden met één vervoersbewijs. In 2011 vond in dat kader de landelijke uitrol van de OV-chipkaart plaats. Inmiddels zijn er ruim 13.000.000 OV-chipkaarten in omloop en maakt dagelijks een groot deel van de reizigers in het OV daarvan gebruik.
- 2.2. Translink is hét bedrijf achter de OV-chipkaart (**Productie 2**). Translink geeft, onder meer, OV-chipkaarten uit, verwerkt transacties die reizigers daarmee verrichten en verdeelt de opbrengsten die met OV-chipkaarten worden gegenereerd onder vervoerders. Translink werkt daarnaast sinds enkele jaren aan de ontwikkeling de OV-pas, de opvolger en vervanger van de OV-chipkaart. Die werkt in grote lijnen hetzelfde als de OV-chipkaart, maar kent een aantal belangrijke voordelen. De ontwikkeling van de OV-pas bevindt zich in een vergaand stadium en de Translink is inmiddels begonnen met de introductie daarvan. Translink houdt zich daarnaast bezig met de ontwikkeling en uitvoering van andere betaaltvormen in het OV, waaronder OVpay.¹

¹ OVpay maakt het mogelijk om in het OV te betalen met een bankpas, creditcard, mobiele telefoon, of Ovpas. Deze betaalmethodes staan naast de OV-chipkaart.

- 2.3. De aandelen in Translink worden gehouden door de Coöperatie Openbaar Vervoerbedrijven U.A. (de “**Coöperatie**”) (**Productie 3**). De Coöperatie is een samenwerkingsverband tussen alle OV-bedrijven met een concessie in Nederland², die zich richt op de ontwikkeling van nieuwe betaaltvormen in het OV. Zie artikel 2 van de statuten van de Coöperatie, overlegd als **Productie 4**. Dat doet de Coöperatie (mede) via Translink.

Rover

- 2.4. Rover is een vereniging van reizigers, voor reizigers (**Productie 5**). Rover komt op voor de belangen van gebruikers van trein, tram, bus, metro, en waterbus (lees: het OV) en ander duurzaam vervoer (**Productie 6**).
- 2.5. Volgens haar statuten stelt Rover zich, onder meer, tot doel “*het behartigen van belangen van de reizigers die gebruik maken van het openbaar vervoer in de ruimste zin*”, “*het bevorderen van de kwaliteit, inclusiviteit en duurzaamheid van het openbaar vervoer*” en “*het bevorderen van de groei van het aandeel van het openbaar vervoer in het totaal van de verplaatsingen*” (**Productie 7**, de “**Statuten**”, art. 2 onder a, b en c). Rover streeft dit doel na door (a) het ontwikkelen en in stand houden van een (centrale en decentrale) organisatie die opkomt voor de belangen van alle gebruikers van het OV, (b) het deelnemen aan het publieke debat en de politieke besluitvorming, (c) het beïnvloeden van beleidsontwikkeling en uitvoering bij overheidsorganisaties, OV-bedrijven en andere rechtspersonen en natuurlijke personen, (d) het doen van (publieke) acties om het onder sub b en c genoemde onder de aandacht te brengen dan wel tot verhoging van de druk te komen gericht op de gewenste besluiten, (e) het verrichten of doen verrichten van onderzoek, het verzamelen van gegevens, het geven van informatie en het uitgeven van publicaties, en (f) het samenwerken met gelijkgerichte organisaties, en door alle overige wettelijke middelen (art. 3 Statuten).
- 2.6. Op haar website beschrijft Rover zichzelf en vat zij samen hoe zij middels haar activiteiten de belangen van haar achterban feitelijk behartigt:

“Reizigersvereniging Rover is dé stem van de reiziger in het openbaar vervoer. Wij weten wat er bij de reiziger speelt en kaarten dit aan bij vervoersbedrijven, overheden en via de media. Wij zetten ons in voor goed openbaar vervoer als aantrekkelijk alternatief voor auto en vliegtuig. Ons ideaalbeeld is een samenleving met comfortabel, betaalbaar, betrouwbaar en hoogfrequent openbaar vervoer waarmee mensen sneller en voordeliger op het werk zijn dan wanneer zij met de auto in de file staan. Zo houden wij onze samenleving in beweging en sparen we het milieu.

Een vereniging van reizigers, voor reizigers

Rover werd in 1971 opgericht nadat pater Frans van de Poel op een vertraagde bus stond te wachten. Hij stond in de stromende regen bij een bushalte zonder goede overkapping en raakte in gesprek met zijn medereizigers. Het bleek dat iedereen wel wensen had voor verbeteringen in het openbaar vervoer. Als reiziger alleen is het moeilijk om gehoord te worden, maar samen sta je sterk. Het idee voor een vereniging was geboren. Deze kreeg de naam ‘Reizigers Openbaar Vervoer’, afgekort tot Rover. Vandaag de dag bestaat Rover nog steeds voor het grootste deel uit vrijwilligers die regelmatig reizen met trein, bus, tram, metro of een andere vorm van openbaar vervoer. Onze [toekomstvisie](#) is inmiddels wel wat veranderd. Maar onze basis blijft samen zorgen dat de reiziger gehoord wordt. Ook meedoen? Laat je horen [door lid te worden](#) of je mening te geven. Want de reiziger, dat zijn wij samen.

² Oftewel: Arriva, Transdev, EBS, GVB, HTM, Keolis, NS, Qbuzz en RET.

Onze werkwijze

Rover heeft wettelijk adviesrecht en dat maakt ons uniek in Nederland. Wij zitten om de tafel met vervoersbedrijven en (regionale) overheden, die ons advies vragen over dienstregelingen, tarieven en andere OV-zaken. Via ons komen jouw ideeën voor het openbaar vervoer dus direct bij de juiste partijen terecht. Daarnaast maken we gebruik van politieke lobby en publiciteit om situaties aan de kaak te stellen en zo verbeteringen af te dwingen. Ook kunnen we reizigersvriendelijke protestacties organiseren. [Lees hier meer over onze werkwijze](#). Om te weten wat er bij de reiziger speelt, luisteren we naar klachten van reizigers en de ideeën van onze leden. Ook meepraten? Word dan [lid van Rover](#) en ontvang ons blad *De Reiziger*.”.

- 2.7. Rover wil dat er goed en betaalbaar OV is voor iedereen (Productie 6). Dat betekent dat er voldoende treinen, bussen, trams en metro's en waterbussen met goede aansluitingen zijn op stations met de nodige voorzieningen, maar óók dat reisinformatie goed is en de prijs van het OV niet te hoog is. Doel is dat iedereen van het OV gebruik kan maken en het OV voldoende aantrekkelijk is om met de auto te concurreren. Rover vat dit op haar website als volgt samen³:

Rover wil uitnodigend en gemakkelijk openbaar vervoer van deur tot deur: goed, betaalbaar en drempelvrij openbaar vervoer biedt iedereen verplaatsingsmogelijkheden en moet de bereikbaarheid en leefbaarheid van ons land bevorderen. Daarbij is het belangrijk dat de wensen van de reiziger gehoord worden.

- 2.8. Op haar website beschrijft Rover waar goed OV volgens haar aan moet voldoen. Daarbij noemt zij, onder andere, dat OV betaalbaar moet zijn en dat tarieven binnen het OV transparant en eenvoudig te begrijpen moeten zijn:

“De reiziger centraal

Het openbaar vervoer draait om de reiziger. De reiziger moet dan ook op plaats 1,2 en 3 staan. Als er iets mis gaat, moet de reiziger eenvoudig terechtkunnen bij een goede klantenservice. Rover vertegenwoordigt de reiziger aan de overlegtafels om te zorgen dat de stem van de reiziger gehoord wordt.

Een serieus alternatief

Goed openbaar vervoer moet kunnen concurreren met de auto. Zodat reizigers kiezen voor het OV omdat dit aantrekkelijk is, niet omdat het niet anders kan. Automobilisten moeten worden verleid om te kiezen voor een OV-reis. Dat kan alleen met snel, voldoende en betaalbaar OV dat geen drempels opwerpt en de reiziger van deur naar deur brengt.

Betaalbaar

Wanneer het openbaar vervoer te duur wordt, ontstaat er vervoersarmoede. Niet iedereen kan dan nog de reizen maken die hij of zij zou willen. Bovendien zullen mensen eerder kiezen voor de auto, wanneer het duurzame alternatief te duur is. Meer auto's betekent ook weer een grotere schadepost aan milieu en gezondheid. Daarom is betaalbaar OV heel belangrijk. Daarbij moeten tarieven ook transparant en eenvoudig te begrijpen zijn.

³ <https://www.rover.nl/vereniging/wat-willen-wij>

Voor iedereen

Iedereen moet aan onze samenleving kunnen deelnemen. Er moet daarom speciale aandacht zijn voor reizigers die iets meer moeite hebben van A naar B te komen. Denk aan reizigers met een mobiliteitsbeperking of met beperkingen op het gebied van communicatie of informatieverwerking. Daarnaast is het belangrijk dat ook reizigers in buitenwijken en plattelandsgebieden zich kunnen verplaatsen. (...).⁴

- 2.9. Rover acht het, met andere woorden, van belang dat er betaalbaar OV beschikbaar is voor iedereen en dat voor alle reizigers, waaronder reizigers met beperkingen op het gebied van communicatie of informatieverwerking, duidelijke en transparante informatie beschikbaar is over (de kosten van) het OV. Zo wil zij waarborgen dat het OV beschikbaar is voor iedereen en een serieus alternatief vormt voor andere (minder duurzame) typen vervoer, zoals de auto.

Kings Online

- 2.10. Kings Online is een onderneming die opereert onder verschillende handelsnamen, waaronder Reisproduct Aanvragen en Persoonlijk Reisproduct (**Productie 8**). Het bedrijfsmodel van Kings Online houdt, kort gezegd, in dat zij websites exploiteert, waaronder www.reisproductaanvragen.nl en www.persoonlijkreisproduct.nl (de “Websites”), die gericht zijn op consumenten en waarop zij naar eigen zeggen optreedt als ‘een intermediair die het aanvragen van persoonlijke OV-chipkaarten gemakkelijk maakt’ (Productie 12). Via de Websites biedt Kings Online consumenten tegen betaling van een extra bedrag van EUR 30,00 (bovenop de adviesprijs van EUR 7,50 van de OV-chipkaart) de mogelijkheid ‘met behulp van bemiddeling van Kings Online’ persoonlijke OV-chipkaarten aan te vragen bij Translink. Op de inhoud van de Websites komen Translink c.s. hierna in al. 2.18 e.v. uitgebreid terug.
- 2.11. Naast de Websites exploiteert Kings Online andere, soortgelijke, websites. Een voorbeeld is de website www.uittreksel-online.nl (**Productie 9**), waarop consumenten via Kings Online uittreksels kunnen opvragen bij de Kamer van Koophandel (“KvK”), tegen betaling van een substantiële vergoeding die bovenop de reguliere kosten van een uittreksel komen. Ook op deze website stelt Kings Online dat zij handelt als intermediair. Feitelijk is dus sprake van eenzelfde soort dienst. Overigens opereert Kings Online in deze context onder een andere bij de KvK geregistreerde handelsnaam van Kings Online, te weten Infodatacenter (vgl. Productie 8 en 9).

[Gedaagde 2], [vennootschap] en [oud-bestuurder]

- 2.12. [Gedaagde 2] is enig bestuurder van Kings Online (Productie 8). [Gedaagde 2] heeft daarmee belangrijke invloed op de activiteiten van Kings Online. Uit de hierna aan te halen correspondentie tussen Kings Online en consumenten blijkt dat [Gedaagde 2] (die de roepnaam [roepnaam]’gebruikt) communiceert met consumenten en daarbij namens Kings Online aan hen misleidende mededelingen doet. Translink c.s. hebben niet kunnen achterhalen of [Gedaagde 2] tevens (enig of meerderheids)aandeelhouder is van Kings Online. Daarover zullen Kings Online c.s. duidelijkheid kunnen verschaffen. Als dat het geval is, dan heeft [Gedaagde 2] zelfs *volledige* zeggenschap over Kings Online.

⁴ <https://www.rover.nl/vereniging/wat-willen-wij>

- 2.13. Overigens was tot voor kort in het register van de KvK opgenomen dat niet [Gedaagde 2], maar [vennootschap] (“**vennootschap**”), een vennootschap waarvan de heer [bestuurder] (“**oud-bestuurder**”) enig aandeelhouder en bestuurder is, de enig bestuurder was van Kings Online (**Productie 10** en **Productie 11**). Pas recent – op 5 november 2025 – is deze informatie gewijzigd in het register van de KvK en is daarin opgenomen dat [Gedaagde 2] deze functie sinds 11 juli 2025 heeft overgenomen (Productie 8). Om die reden is correspondentie van Translink c.s. van voor 5 november 2025 (mede) gericht aan [oud-bestuurder], in plaats van [Gedaagde 2]. Translink c.s. komen daar later nog op terug.

De OV-chipkaart

- 2.14. Een belangrijke rol in dit geschil speelt de OV-chipkaart. Dit is een elektronische kaart waarmee reizigers in Nederland kunnen in- en uitchecken bij alle vormen van OV (trein, bus, tram, metro en waterbus). Het systeem werkt op basis van een chip die saldo en/of reisproducten (zoals abonnementen) opslaat.
- 2.15. Er zijn twee varianten van de OV-chipkaart: een persoonlijke en een anonieme. De persoonlijke OV-chipkaart staat op naam, bevat een pasfoto en mag in principe alleen door de kaarthouder worden gebruikt. Voordelen van de persoonlijke kaart zijn, onder andere, dat daaraan abonnementen en leeftijdskortingen kunnen worden gekoppeld en dat deze automatisch kan worden opgeladen. Automatisch opladen houdt, kort gezegd, in dat de consument instelt dat het saldo automatisch wordt aangevuld vanaf een bankrekening indien het onder een bepaald niveau komt. Op die manier hoeft de consument het saldo niet handmatig aan te vullen en kan hij voorkomen dat hij bij het inchecken geconfronteerd wordt met een saldotekort. Het alternatief is dat de consument het saldo steeds handmatig aanvult, bijvoorbeeld via een servicezuil van een vervoerder.
- 2.16. Consumenten kunnen persoonlijke OV-chipkaarten (onder meer) online aanvragen via de website www.ov-chipkaart.nl (de “**Translink Website**”)⁵, tegen de adviesprijs van EUR 7,50, waarna Translink de OV-chipkaart binnen een week per post levert. Zie ook de onderstaande screenshot van de eerste pagina van het bestelproces op de Translink Website⁶:

Gegevens

Op deze pagina vraag je je persoonlijke OV-chipkaart aan. Deze kost € 7,50. Je ontvangt 'm binnen een week. Heb je al een kaart, maar is deze kapot of kwijt? [Vraag dan een vervangende kaart aan](#). Dan zetten we je abonnementen en kortingen namelijk automatisch over.

- 2.17. Anonieme OV-chipkaarten zijn niet persoonsgebonden en kunnen door meerdere personen worden gebruikt. Met een anonieme OV-chipkaart kan alleen op saldo worden gereisd. Abonnementen en persoonlijke kortingen op de kaart laden is bovendien niet mogelijk. Anonieme OV-chipkaarten zijn verkrijgbaar bij verkooppunten zoals supermarkten, tabakszaken, OV-servicepunten en online

⁵ Niet te verwarren met de website over de onderneming van Translink (www.translink.nl), waarvan in Productie 2 screenshots zijn overgelegd.

⁶ <https://www.ov-chipkaart.nl/persoonlijke-ov-chipkaart-aanvragen>

webshops (zoals www.OV-shop.nl, een partner van Translink). Ook voor anonieme OV-chipkaarten geldt een adviesprijs van EUR 7,50.

De Websites die Kings Online exploiteert

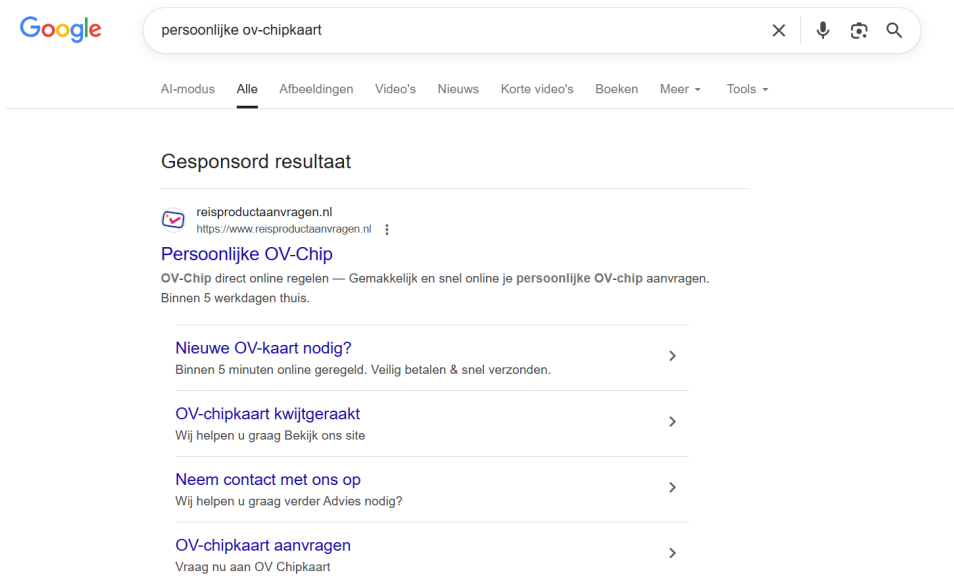
- 2.18. Op de Websites stelt Kings Online consumenten, zoals al kort aan de orde kwam, in de gelegenheid een persoonlijke OV-chipkaart aan te vragen, naar eigen zeggen ‘met bemiddeling van Kings Online’. Consumenten betalen daarvoor (volgens Kings Online) een vergoeding van EUR 30,00 inclusief btw aan ‘*service & administratiekosten*’, die komt bovenop de adviesprijs van EUR 7,50. In totaal betaalt de consument via Kings Online dus een bedrag van EUR 37,50 voor de aanvraag van een OV-chipkaart, tegenover een bedrag van EUR 7,50 via de Translink Website. Als **Productie 12** leggen Translink c.s. screenshots over van de Websites waarop, onder meer, te zien is hoe het bestelproces is ingericht en welke informatie Kings Online op de Websites verstrekt.⁷
- 2.19. Een aantal van de screenshots van www.reisproductaanvragen.nl is hierna overgenomen en voorzien van een toelichting. Daarbij geldt dat waar Translink c.s. verwijzen naar deze screenshots of anderszins verwijzen naar de structuur, vormgeving en inhoud van deze website, hetzelfde geldt voor de andere website van Kings Online, www.persoonlijkreisproduct.nl. De Websites zijn op de voor deze zaak relevante punten namelijk (vrijwel) identiek. Zie daartoe ook de vergelijking van de Websites die Translink c.s. overleggen als **Productie 13**. Voor zover er verschillen bestaan, gaat het – zoals uit die productie blijkt – enkel om de afbeeldingen centraal op de homepage en het gebruik van een andere handelsnaam.

Presentatie van de Websites in zoekmachines

- 2.20. In veel gevallen komen consumenten op één van de Websites terecht wanneer zij via een zoekmachine als Google zoeken naar een mogelijkheid om een (persoonlijke) OV-chipkaart aan te vragen. Voeren zij op Google bijvoorbeeld de termen “*persoonlijke ov-chipkaart*” of “*persoonlijke ov-chipkaart aanvragen*” in, dan krijgen zij in veel gevallen bovenaan de zoekresultaten (en daarmee ook boven de Translink Website) als “*gesponsord resultaat*” één van de Websites te zien. Het gaat daarbij niet om een ‘organisch zoekresultaat’ (waarbij de ‘ranking’ door het Google algoritme wordt bepaald zonder dat daar een betaling tegenover staat), maar om een betaalde advertentie van Kings Online, die gekoppeld is aan bepaalde zoektermen.⁸
- 2.21. Een voorbeeld van hoe zo’n betaalde advertentie eruitziet, is hierna opgenomen. Meer screenshots waaruit blijkt dat de Websites als gesponsord resultaat worden getoond bij relevante zoektermen leggen Translink c.s. over als **Productie 14**.

⁷ Translink c.s. merken daarbij op dat Kings Online geregeld wijzigingen doorvoert. De screenshots geven weer hoe de Websites eruit zagen op 24 november 2025.

⁸ Zie voor meer informatie over gesponsorde zoekresultaten in Google bijvoorbeeld: <https://wux.nl/wat-is/gesponsorde-zoekresultaten#:~:text=Gesponsorde%20zoekresultaten%20zijn%20de%20advertenties,Gesponsord%E2%80%9D%20of%20%E2%80%9CAd%E2%80%9D>.



- 2.22. Doordat dit soort ‘gesponsorde resultaten’ bovenaan de zoekresultaten zijn opgenomen, is dit vaak de eerste website waar een consument ‘blind’ op klikt, zonder goed te kijken om wat voor website het gaat. Consumenten verkeren daarbij vaak in de veronderstelling dat het – door de ‘hoge plek’ in Google – gaat om een de website van een officiële aanbieder, zoals in dit geval Translink. Zie over de wijze waarop consumenten beïnvloed worden door de ranking van zoekresultaten ook de Leidraad Bescherming van de Online Consument (de “**Leidraad BOC**”) van de Autoriteit Consument & Markt (“**ACM**”), waarin de ACM daarover het volgende schrijft:

*“Kunnen consumenten op uw website zoeken naar producten of producten vergelijken van verschillende bedrijven of consumenten? Dan toont u de zoek- of vergelijkresultaten misschien in een bepaalde volgorde. **Die volgorde wordt ‘ranking’ genoemd. Uw ranking kan bestaan uit ‘natuurlijke’ of ‘organische’ zoekresultaten. Dus niet-betaalde zoekresultaten die gebaseerd zijn op relevantie voor de consument. Consumenten verwachten deze ‘natuurlijke’ resultaten als zij een zoekopdracht invoeren.** Mogelijk neemt u ook producten op in uw ranking of plaatst u producten hoger of prominenter omdat een bedrijf u daarvoor betaalde (‘betaalde opname’ en ‘betaalde ranking’).*

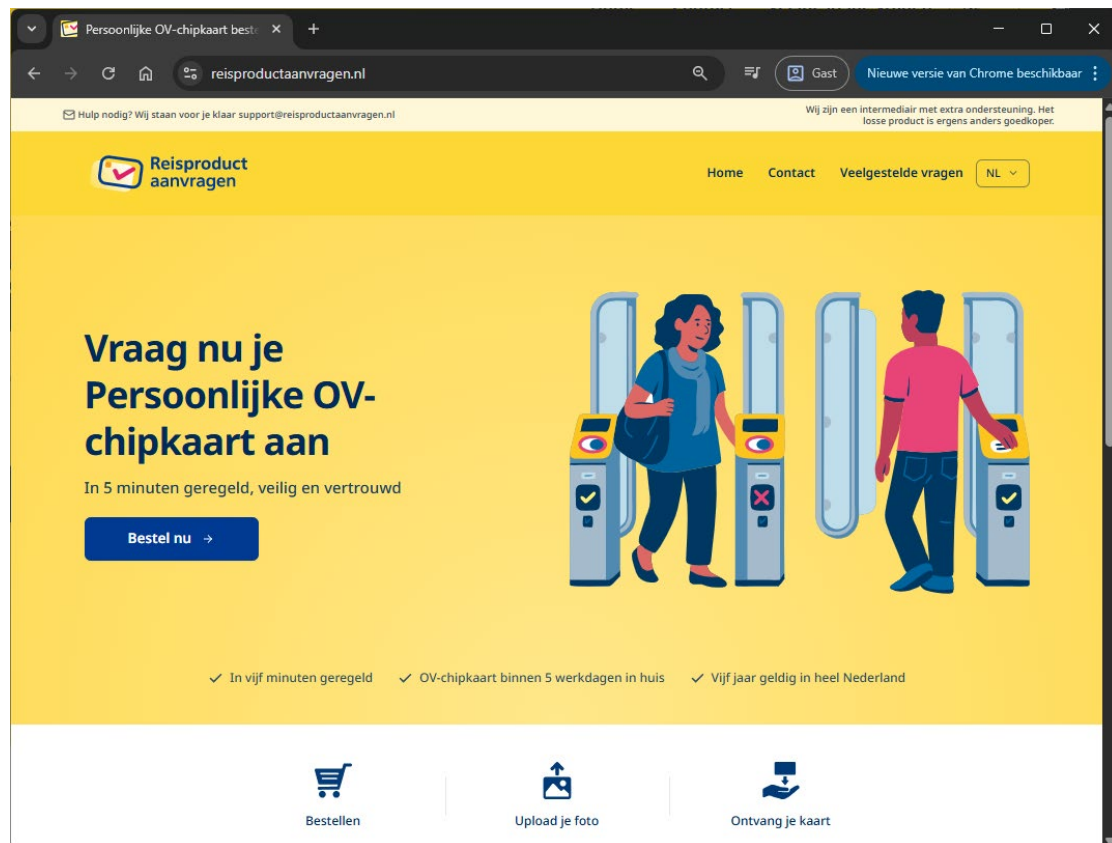
***De ranking kan van grote invloed zijn op de keuze van consumenten. Consumenten klikken vaak op een van de eerste zoekresultaten. Zonder te letten op de kwaliteit of relevantie van dat resultaat.** Ook passen ze de ranking van de resultaten zelden aan. Als u gebruik maakt van betaalde opname of betaalde ranking maakt de consument mogelijk een andere keuze dan bij een ranking die niet (deels) is beïnvloed door betaalde opname of betaalde ranking.”⁹ (nadruk adv.)*

- 2.23. Consumenten die klikken op een ‘gesponsord zoekresultaat’ van de Websites verkeren dus vaak in de veronderstelling dat zij terecht komen op de website die organisch gezien het hoogst scoort, bijvoorbeeld een website van een van de vervoerders of de Translink Website.

⁹ De Leidraad BOC is te raadplegen via: <https://www.acm.nl/system/files/documents/leidraad-bescherming-online-consument.pdf>. Translink c.s. verwijzen tevens naar de zorgen die ACM in 2021 al uitte over de risico's van betaalde zoekresultaten: <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-ziet-risicos-van-betaald-ranken-voor-consumenten-en-concurrentie>.

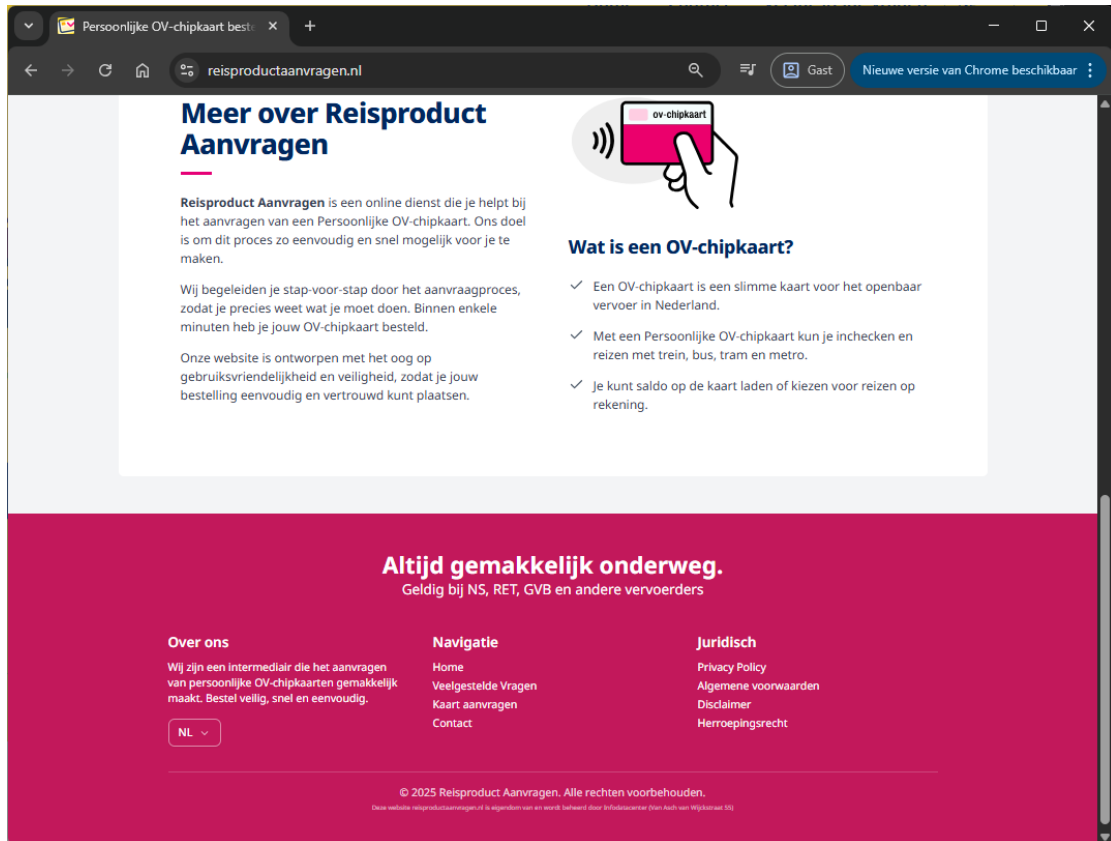
De homepage

- 2.24. Als een consument terechtkomt op één van de Websites, dan is de eerste pagina die hij ziet de *homepage* (als hij niet direct wordt doorgestuurd naar het bestelproces, zoals in sommige gevallen ook gebeurt). Daarop wordt gebruikgemaakt van kleuren die overeenstemmen met de kleuren van de huisstijl van de Nederlandse Spoorwegen (“**NS**”) (geel en blauw) en Translink (roze en wit). Dat geldt niet alleen voor de homepage, maar voor de gehele Websites. Het lijkt daardoor alsof de consument zich op de Translink Website en/of een website van de NS bevindt, of een partij die daaraan is gelieerd.
- 2.25. Op de *homepage* zijn verder afbeeldingen en tekst in verschillende lettergroottes opgenomen. Veruit de grootste lettergrootte wordt gebruikt voor de zin: ‘*Vraag nu je Persoonlijke OV-chipkaart aan*’, met daaronder in een iets kleiner lettertype “*In 5 minuten geregeld, veilig en vertrouwd*”. Vlak daaronder is vervolgens een knop opgenomen waarmee de consument kan navigeren naar het bestelproces voor het aanvragen van een persoonlijke OV-chipkaart (de donkerblauwe knop met ‘Bestel nu’). Dit is veruit de meest in het oog springende informatie op de *homepage*. Translink c.s. verwijzen ook naar de hieronder opgenomen screenshot.



- 2.26. Scrollt een consument (in plaats van direct op de bestelknop te drukken, zoals veel consumenten zullen doen) naar beneden op de *homepage*, dan omschrijft Kings Online daar haar dienst. Kings Online schrijft op die plek, onder andere, dat wat zij aanbiedt “een online dienst die je helpt bij het aanvragen van een Persoonlijke OV-chipkaart” is en dat haar “doel is om dit proces zo eenvoudig en snel mogelijk voor je te maken.”. Kings Online voegt daaraan toe dat zij de consument ‘*stap voor stap begeleidt door het aanvraagproces, zodat hij precies weet wat hij moet doen*’ en dat de

consument ‘*binnen enkele minuten zijn OV-chipkaart heeft besteld*’. Kings Online houdt de consument daarbij onder meer voor dat de “*website is ontworpen met het oog op gebruiksvriendelijkheid en veiligheid, zodat je jouw bestelling eenvoudig en vertrouwd kunt plaatsen*”. Verder wordt beschreven wat een OV-chipkaart is.



- 2.27. Alleen in een klein lettertype bovenaan de homepage, en in een zeer klein lettertype onderaan de homepage, maakt Kings Online duidelijk dat zij een ‘*online intermediair*’ is, die ‘*extra ondersteuning*’ zou bieden en/of het bestellen van OV-chipkaarten makkelijker zou maken. Nadat Translink c.s. Kings Online op 26 september 2025 sommeerden haar handelspraktijken te staken en overleg plaatvond tussen Translink c.s. en Kings Online c.s. (c.q. hun respectievelijke advocaten), waarover in al. 2.57 e.v. meer, voegde Kings Online daaraan toe “*Het losse product is ergens anders goedkoper*”. Voor een vergelijking van deze tekst voor en na het overleg tussen partijen, verwijzen Translink c.s. naar screenshots die zij overleggen als **Productie 15**.
- 2.28. Nergens op de homepage meldt Kings Online, laat staan op een duidelijk en in het oog springende wijze, dat de consument via de website (i) niet alleen een OV-chipkaart aanvraagt bij Translink, maar (vooral) een betaalde bemiddelingsdienst afneemt van King Online, (ii) wat die dienst precies inhoudt en (iii) welk bedrag hij Kings Online daarvoor betaalt, bovenop de kosten van een OV-chipkaart.
- Het bestelproces*
- 2.29. Klikte de consument op de homepage op de knop ‘*Bestel nu*’, dan wordt hij doorgeleid naar het bestelproces. Aan de start daarvan verstrekt Kings Online enige informatie over hoe de aanvraag verloopt. Die luidt als volgt:

“Vraag uw **persoonlijke OV-chipkaart** snel en eenvoudig online aan. Vul uw gegevens in, upload een pasfoto en rond de aanvraag af. Na voltooiing wordt de kaart binnen 5 werkdagen op uw adres bezorgd.

- *Ideaal voor het koppelen van uw Studentenreisproduct na ontvangst van de kaart.*
- *Eventuele leeftijdskorting wordt automatisch toegepast op basis van uw geboortedatum.*
- *Na het ontvangen van uw OV-chipkaart kunt u moeiteloos abonnementen toevoegen.*
- *U ontvangt direct na uw aanvraag een bevestigingsmail met alle benodigde informatie voor het koppelen van producten.”.*

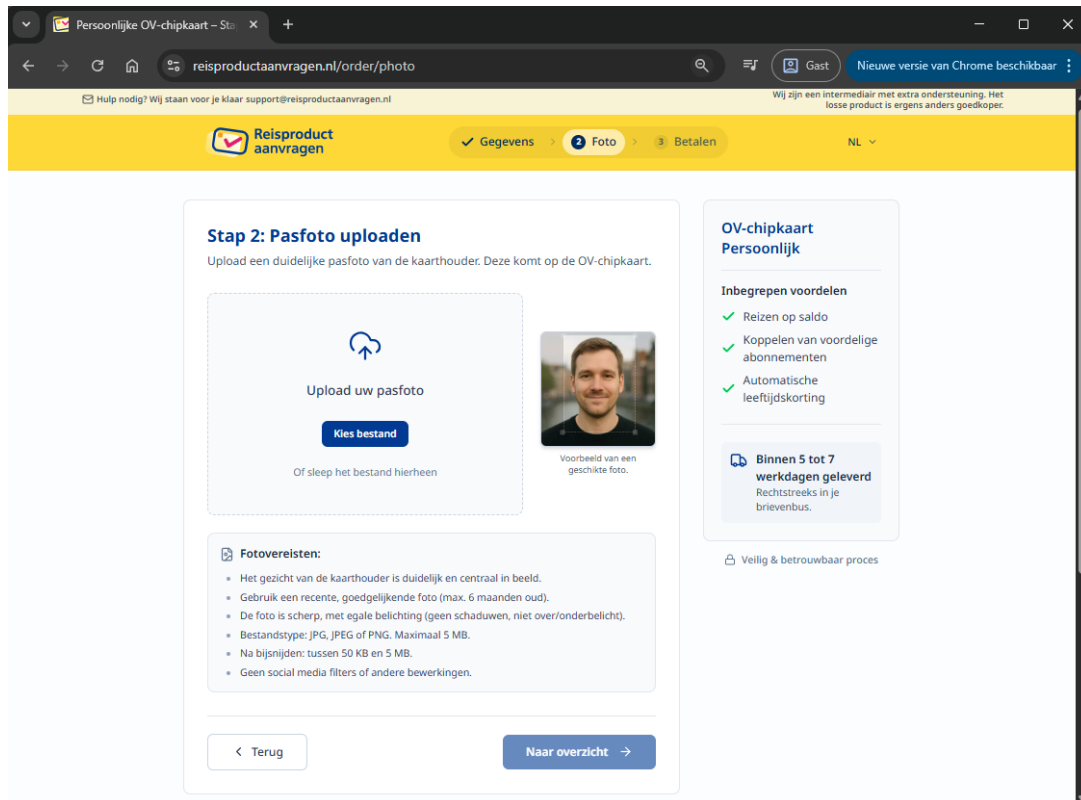
2.30. Aan de rechterzijde is daarnaast een vlak opgenomen waarin de ‘*inbegrepen voordelen*’ van de persoonlijke OV-chipkaart zijn opgenomen. Kings Online noemt daar een levertijd van 5 tot 7 werkdagen, oftewel (ongeveer) dezelfde levertijd die Translink noemt op haar website (‘*binnen een week*’, vgl. de screenshot in al. 2.16 hiervoor).

2.31. Een screenshot van de eerste pagina van het bestelproces is hieronder opgenomen:

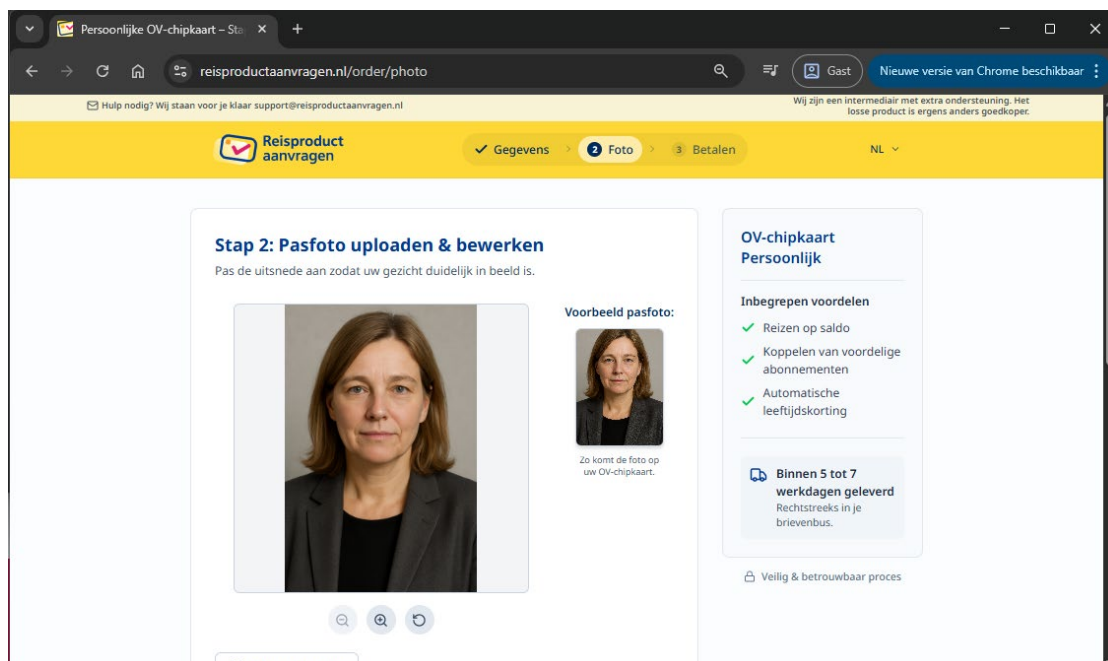
2.32. Ook op deze pagina wordt nergens gerefereerd aan het feit dat de consument niet alleen een OV-chipkaart aanvraagt, maar vooral een (duur) betaalde bemiddelingsdienst afneemt van Kings Online. De dienst van Kings Online wordt in de eerste stap van het bestelproces nergens genoemd of omschreven, er wordt alleen gerefereerd aan de persoonlijke OV-chipkaart. Wel is de eerdergenoemde balk met in klein lettertype de tekst “*wij zijn een intermediair met extra ondersteuning. Het losse product is ergens anders goedkoper*” nog steeds zichtbaar. Die springt in het licht van de overige informatie echter niet in het oog en kan eenvoudig over het hoofd worden gezien.

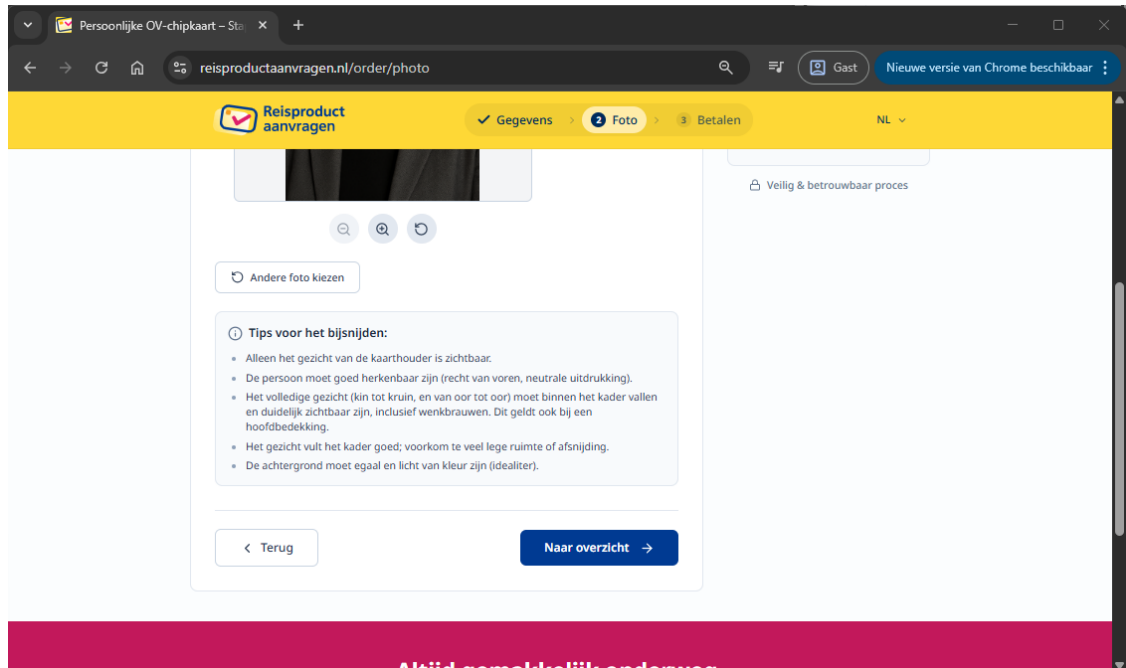
2.33. Onder het kopje “*Stap 1: Persoonsgegevens*” staan vervolgens invulvelden, waar de consument zijn persoonlijke gegevens en contactgegevens dient in te vullen. Daarna kan de consument met de knop “*Volgende stap*” doorklikken naar de tweede stap van het bestelproces.

- 2.34. In de tweede stap van het bestelproces dient de consument een pasfoto te uploaden. Voordat de consument dit doet, wordt er een voorbeeld van een foto getoond en staat een aantal eisen opgesomd waaraan de foto moet voldoen. Verder staan rechts in beeld nog altijd de “inbegrepen voordelen” en de levertijd in beeld, zoals deze ook bij de eerste stap te zien zijn.

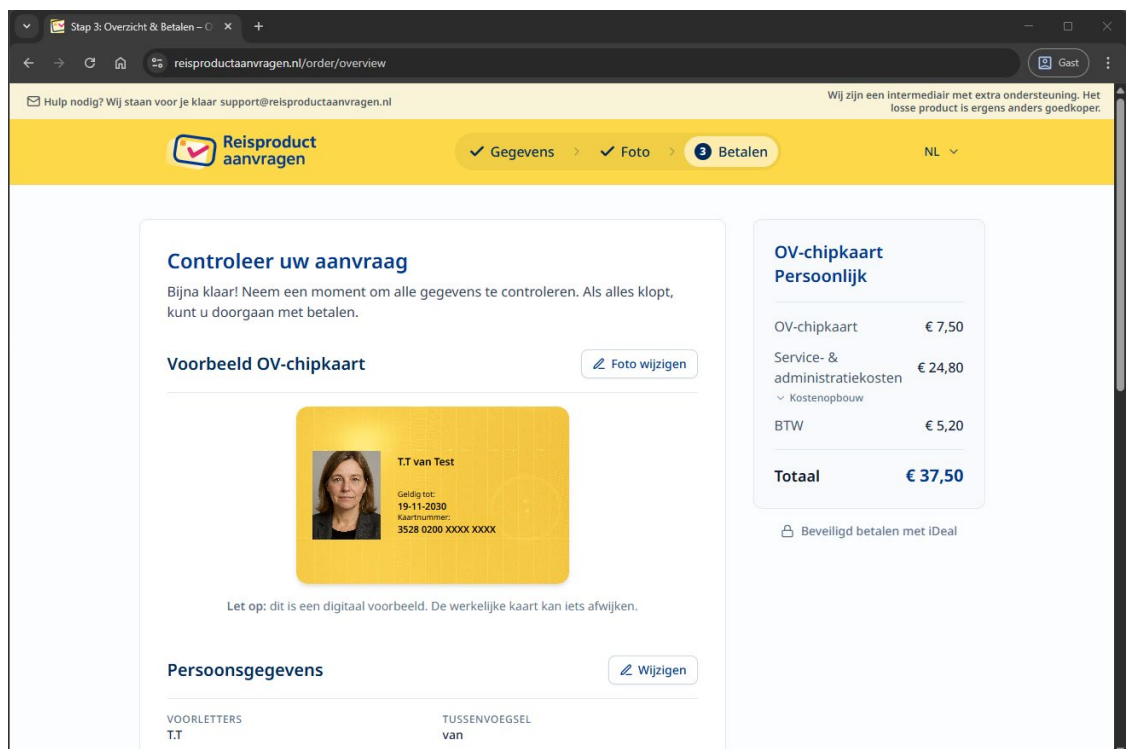


- 2.35. Wanneer de consument een foto uploadt, verandert de pagina waardoor de consument handmatig de uitsnede kan aanpassen en worden tips gegeven voor het bijsnijden van de foto.





- 2.36. Klikte de consument vervolgens op de knop “Naar overzicht”, dan komt hij op de laatste pagina van het bestelproces terecht, waarop centraal in beeld een voorbeeld van de OV-chipkaart met de ingevulde gegevens wordt getoond en een overzicht van de door de consument ingevoerde gegevens. Bovenaan de pagina staat onder het kopje “Controleer uw aanvraag” de tekst “Bijna klaar! Neem een moment om alle gegevens te controleren. Als alles klopt, kunt u doorgaan met betalen”.



- 2.37. Uiterst rechts op de pagina, op de plaats waar in de vorige stappen “*inbegrepen voordelen*” stonden, staat daarnaast – voor het eerst – een kostenoverzicht, waarin naast de kosten van de OV-chipkaart (EUR 7,50) gerefereerd wordt aan “*Service- & administratiekosten*” ten bedrage van EUR 24,80. Het gaat daarbij, anders dan bij de prijs van de OV-chipkaart, om een bedrag *exclusief* btw. Onder de “*Service- en administratiekosten*” is immers nog een bedrag van EUR 5,20 aan btw opgenomen (21% van EUR 24,80). In werkelijkheid bedragen de kosten voor de dienstverlening van Kings Online dus EUR 30,00 inclusief btw. Deze prijs inclusief btw voor de dienst van Kings Online wordt nergens in het bestelproces genoemd.
- 2.38. Alleen als de consument klikt op het pijltje naast de “*Service- & administratiekosten*” bij het woord “*Kostenopbouw*”, ontvouwt zich daarnaast een specificatie van de kosten (een zogeheten accordeonmenu), die er als volgt uit ziet:

Stap 3: Overzicht & Betalen

reisproductaanvragen.nl/order/overview

Hulp nodig? Wij staan voor je klaar support@reisproductaanvragen.nl

Wij zijn een intermediair met extra ondersteuning. Het losse product is ergens anders goedkoper.

Reisproduct aanvragen

Gegevens Foto 3 Betalen NL

Controleer uw aanvraag

Bijna klaar! Neem een moment om alle gegevens te controleren. Als alles klopt, kunt u doorgaan met betalen.

Voorbeeld OV-chipkaart Foto wijzigen

T.T van Test

Geldig tot: 19-11-2030

Kaartnummer: 3528 0200 XXXX XXXX

Let op: dit is een digitaal voorbeeld. De werkelijke kaart kan iets afwijken.

Persoonsgegevens Wijzigen

VOORLETTERS T.T TUSSENVOEGSEL van

OV-chipkaart Persoonlijk

OV-chipkaart	€ 7,50
Service- & administratiekosten	€ 24,80
Kostenopbouw	
Verwerkingskosten	€ 10,00
Informatie voorziening	€ 10,00
Foto en emailcontrole kosten	€ 4,80
BTW	€ 5,20
Totaal	€ 37,50

Beveiligd betalen met iDeal

- 2.39. De consument dient op deze laatste pagina van het bestelproces tot slot akkoord te gaan met de algemene voorwaarden van Kings Online (**Productie 16**, de “**AV**”), het verval van zijn herroepingsrecht en de privacy policy van Kings Online. Klikt de consument vervolgens op ‘*Bestellen & Betalen*’, dan kan hij de bestelling betalen. Rondt de consument het betaalproces af, dan is de aanvraag voltooid.

De overige pagina's op de Website

- 2.40. Voor het overige bestaan de Websites uit een beperkt aantal (informatie)pagina's, waarvan de inhoud is weergegeven in Productie 12.
- 2.41. Het gaat allereerst om een pagina met ‘*veelgestelde vragen*’ (de “**FAQ-Pagina**”). Op deze FAQ-pagina is vooral informatie te vinden over de OV-chipkaart. Over haar eigen dienstverlening en de

prijs daarvan verstrekt Kings Online (weggestopt tussen de overige vragen over de OV-chipkaart) slechts de volgende zeer summiere informatie:

Hoeveel kost een persoonlijke OV-chipkaart?

Via Reisproduct Aanvragen betaal je € 37,50 — dit is € 7,50 voor de kaart en € 30 administratie + verzendkosten.

Wat is Reisproduct Aanvragen?

Reisproduct Aanvragen is een online intermediair: wij dienen je aanvraag correct in, maar *vertegenwoordigen OV-chipkaart.nl niet*. Zo maken we het aanvragen zo makkelijk mogelijk.

Dit is – voor de goede orde – informatie die de consument niet automatisch ziet bij een bezoek aan de Websites. Alleen als hij zelf actief naar deze vragen en antwoorden op de FAQ-pagina navigeert, krijgt hij deze informatie te zien.

- 2.42. Daarnaast zijn op de Websites een contactpagina, pagina's met de AV, het privacy beleid van Kings Online, een 'disclaimer' en een pagina met informatie over het herroepingsrecht te vinden. Met uitzondering van de AV (Productie 16) – waarin enige informatie over de dienst wordt gegeven – wordt daarin geen voor deze zaak relevante informatie genoemd.

Het ontbreken van voordelen voor de consument bij een aanvraag via de Websites

- 2.43. Kings Online doet het op de Websites en in haar correspondentie met Translink c.s. (waarover in al. 2.58 e.v. meer) voorkomen alsof het aanvragen van een persoonlijke OV-chipkaart via de Websites voor de consument voordelen met zich meebrengt, ten opzichte van een aanvraag via de Translink Website. Het zouden die voordelen zijn waarvoor de consument het bedrag van EUR 30,00 aan Kings Online betaalt. Van voordelen voor de consumenten is echter geen sprake. In werkelijkheid betalen consumenten dus EUR 30,00 extra zonder dat daar *enig* voordeel tegenover staat.
- 2.44. Op de Websites wordt weliswaar gerefereerd aan verschillende 'inbegrepen voordelen', maar in werkelijkheid gaat het niet om voordelen van de dienst van Kings Online, maar van de OV-chipkaart zelf. Translink c.s. verwijzen bijvoorbeeld naar de volgende uitlatingen van Kings Online:
- (a) *"Ideaal voor het koppelen van uw Studentenreisproduct na ontvangst van de kaart", "Na het ontvangen van uw OV-chipkaart kunt u moeiteloos abonnementen toevoegen", "U ontvangt direct na uw aanvraag een bevestigingsmail met alle benodigde informatie voor het koppelen van producten" en "Inbegrepen voordelen: ✓ Koppelen van voordelige abonnementen"*. Dit zijn allen kenmerken van de OV-chipkaart. Deze voordelen hebben dus niets te maken met de 'dienst' van Kings Online, of het doorlopen van het aanvraagproces op de Websites. Sterker nog, het maken van de genoemde koppelingen is juist lastiger bij een aanvraag via de Websites, zie nog al. 2.47 hierna.
 - (b) *"Eventuele leeftijdskorting wordt automatisch toegepast op basis van uw geboortedatum" en "Inbegrepen voordelen: ✓ Automatische leeftijdskorting"*. Ook deze voordelen houden verband met de verwerking van de aanvraag door Translink. Het zijn Translink en/of de vervoerders die aan de hand van de geboortedatum bepaalt of een leeftijdskorting wordt toegepast. Kings Online is niet in staat te bepalen welke gebruikers leeftijdskorting krijgen, noch om de werking van de OV-chipkaart aan te passen zodat meer of minder leeftijdskorting verleend wordt.

- (c) *“Inbegrepen voordelen: ✓ Reizen op saldo”*. Hier wordt opnieuw verwezen naar functionaliteit van de OV-chipkaart, niet van de dienst van Kings Online. Sterker nog, er wordt een aanmerkelijk nadeel van de dienst verzwegen, namelijk dat het direct aanzetten van automatisch opladen bij een aanvraag via de Websites niet mogelijk is, terwijl dit wel het geval is bij een aanvraag via de Translink Websites (zie ook nog al. 2.46 hieronder).
- 2.45. Op de homepage van de Websites prijst Kings Online onder het kopje *“Meer over Reisproduct Aanvragen”* haar dienst aan, die volgens haar *“helpt bij het aanvragen van een Persoonlijke OV-chipkaart”*. Zij meldt daarbij *“Ons doel is om dit proces zo eenvoudig en snel mogelijk voor je te maken. Wij begeleiden je stap-voor-stap door het aanvraagproces, zodat je precies weet wat je moet doen. Binnen enkele minuten heb je jouw OV-chipkaart besteld.”*. Het is echter onjuist dat Kings Online meer “hulp” biedt dan Translink, zij het aanvraagproces eenvoudiger maakt, of het proces sneller verloopt. Het bestelproces op de Websites is – met een uitzondering die hierna aan de orde komt – zo goed als identiek aan die op de Translink Website. Als **Productie 17** leggen Translink c.s. een vergelijking over van de bestelprocessen op de Websites en de Translink Website. Daaruit blijkt dat de consument daarop vrijwel dezelfde stappen moet doorlopen.
- 2.46. De enige wezenlijke uitzondering is dat Translink op de Translink Website in een extra stap *“Opladen”* de mogelijkheid biedt direct bij de aanvraag automatisch opladen¹⁰ in te schakelen. Dit is echter geen nadeel, maar juist een voordeel voor de consument. Het ontbreken van deze stap op de Websites compliceert de aanvraag voor een consument die van die optie gebruik wil maken, wat geldt voor een groot deel van de gebruikers van een persoonlijke OV-chipkaart. Die consument moet dit immers bij de aanschaf van een OV-chipkaart via de Websites achteraf het ‘automatisch opladen’ *alsnog* regelen via de Translink Website of zijn saldo steeds handmatig aanvullen. Deze ene extra stap maakt bovendien niet dat het proces op de Translink Website ingewikkeld(er) of lastig(er) is; de consument kan deze stap eenvoudig overslaan en ook op de Translink Website kan een consument de OV-chipkaart binnen enkele minuten bestellen.
- 2.47. Er zijn overigens ook andere nadelen voor de consument bij het aanvragen van een OV-chipkaart bij Kings Online. Deze bestaan bijvoorbeeld bij het koppelen van abonnementen aan de OV-chipkaart. Daarvoor hebben consumenten een koppelcode nodig, die ze in beginsel ontvangen op het e-mailadres opgegeven bij Translink bij de aanvraag van de OV-chipkaart. Uit veel klachten van consumenten (zoals klachten 1, 15, 16 en 17 van Productie 21, zie daarbij e-mailwisseling 3 van Productie 21) blijkt echter dat Kings Online bij het aanvragen van een OV-chipkaart namens consumenten niet (altijd) het e-mailadres van de consument doorgeeft, maar haar eigen e-mailadres, met het domeinnaam @reisproductaanvragen.nl of @persoonlijkreisproduct.nl. Om alsnog toegang te krijgen tot de koppelcode moeten consumenten ofwel een verzoek doorgeven aan Translink om de koppelcode per post te ontvangen, ofwel de klantenservice van Translink bellen om een ander e-mailadres door te geven. Zie de screenshot die Rover van een consument via het Meldpunt ontving, overlegd als **Productie 18**. In beide gevallen levert dit extra werk en administratie op voor zowel de consument als Translink.

¹⁰ Zie over wat ‘automatisch opladen’ inhoudt al. 2.15 van deze dagvaarding.

- 2.48. Ook elders op de Websites doet Kings Online het in meer of minder duidelijke bewoordingen voorkomen alsof de dienst van Kings Online voordelen biedt, waar dat niet het geval is. Zo wordt – zoals hiervoor al aan de orde kwam – bovenaan de Websites een dunne balk getoond, in een zachte kleur geel (die wegvalt naast de dikkere, feller gele banner daaronder). Links op deze balk staat rechts in klein lettertype “*Wij zijn een intermediair met extra ondersteuning (...)*”. Ook op de FAQ-pagina stelt Kings Online de suggestie zij het aanvragen ‘*zo makkelijk mogelijk maakt*’. Van extra ondersteuning, die verder gaat dan de ondersteuning die Translink zelf biedt via de kanalen als vermeld op www.ov-chipkaart.nl/contact (waarvan een screenshot is overlegd als Productie 12), is echter geen sprake. Sterker nog, voor zover Kings Online enige ondersteuning of klantenservice biedt wordt deze als buitengewoon slecht ervaren (zie al. 2.51 e.v. en de klachten en meldingen in Productie 19 en Productie 21).
- 2.49. Kings Online houdt de consument tot slot voor dat de Websites zijn “*ontworpen met het oog op gebruiksvriendelijkheid en veiligheid, zodat je jouw bestelling eenvoudig en vertrouwd kunt plaatsen*”. De Websites zijn echter niet gebruiksvriendelijker of veiliger dan de Translink Website. Ze beschikken niet over pagina’s met informatie over veiligheid en fraude, tips tegen phishing en tips voor het instellen van een sterk en uniek wachtwoord, zoals de Translink Website.¹¹ Kings Online hanteert – anders dan de Translink Website – ook geen *responsible disclosure policy*.¹² Translink beschikt verder niet over informatie over de beveiligingsmaatregelen die Kings Online treft, maar het spreekt voor zich dat (ook) Translink zich tot het uiterste inspanst om de veiligheid van haar systemen te garanderen. Feit is bovendien dat de gegevens van consumenten alsnog bij Translink terechtkomen en dat consumenten door het gebruiken van twee platforms per definitie meer risico’s lopen dat hun gegevens in verkeerde handen terecht komen, omdat meer partijen over hun gegevens beschikken.
- 2.50. Voor zover er verschillen zijn tussen de diensten van Kings Online en Translink, kent de dienst van Kings Online dus vooral nadelen voor de consument. Van daadwerkelijke voordelen is geen sprake. Consumenten betalen, met andere woorden, een bedrag van EUR 30,00 *bovenop* de adviesprijs van EUR 7,50 voor de persoonlijke OV-chipkaart, zonder dat daar een voordeel voor de consument tegenover staat. Het spreekt wat Translink c.s. voor zich dat het overgrote deel van de consumenten, als het niet al gaat om *alle* consumenten, indien zij daarvan voor het aanvragen van de OV-chipkaart via Kings Online op de hoogte zouden zijn, van de Websites geen gebruik zouden maken.

Een veelheid aan klachten over de Websites

- 2.51. Dit blijkt ook uit het feit dat via onder andere www.trustpilot.nl – het grootste onafhankelijke reviewplatform van Nederland¹³ – een veelheid van klachten te vinden is over de Websites, met precies die strekking (**Productie 19**).¹⁴ Kings Online scoort op dit platform gemiddelde cijfers voor de Websites van (op het moment van schrijven) respectievelijk een 1,3 en een 1.7 (‘zeer slecht’, de

¹¹ Zie: <https://www.ov-chipkaart.nl/veiligheid-fraude>, <https://www.ov-chipkaart.nl/tips-tegen-phishing> en <https://www.ov-chipkaart.nl/sterk-en-uniek-wachtwoord>.

¹² Zie <https://www.ov-chipkaart.nl/responsible-disclosure>. Dit is een pagina waarop derden kwetsbaarheden of problemen in de beveiliging van online dienstverlening of de OV-chipkaart kunnen melden aan Translink, zodat Translink deze kwetsbaarheden of problemen kan verhelpen en daarmee de gevolgen ervan kan beperken.

¹³ Zie voor meer informatie over Trustpilot onder meer <https://nl.trustpilot.com/about>. Zie voor de specifieke bedrijfspagina’s over de Websites <https://nl.trustpilot.com/review/persoonlijkreisproduct.nl> en <https://nl.trustpilot.com/review/reisproductaanvragen.nl>.

¹⁴ En overigens ook over haar handelspraktijken via uittreksel-online.nl: <https://nl.trustpilot.com/review/www.uittrekselonline.nl>.

laagst mogelijke score). Uit de op Trustpilot te vinden reviews blijkt verder dat consumenten die een aanvraag gedaan hebben via de Websites zich misleid of zelfs opgelicht voelen en nooit een OV-chipkaart via de Websites hadden aangevraagd als zij door hadden gehad dat zij een extra bedrag van EUR 30,00 betaalden.

- 2.52. Naast de waslijst met klachten die is opgenomen in Productie 19, biedt de volgende overzichtspagina met recente klachten een sprekend beeld van de ervaringen van consumenten:

The screenshot shows the Trustpilot profile for 'Reisproductaanvragen'. The profile has a 1.3 star rating based on 47 reviews, labeled 'Zeer slecht' (Very bad). The profile is marked as 'Profiel niet geverifieerd' (Profile not verified). A warning message states: 'Bedrijven op Trustpilot mogen geen beloningen aanbieden of betalen om reviews te verbergen.' (Companies on Trustpilot may not offer or pay for reviews to be hidden). Below this, there are four reviews from November 2025:

- Alex Haak (AH)**, 11 nov 2025, 1 star: 'Pas op. Dit zijn oplichters die verdienen aan een dienst die veel minder kost op de originele websites. Ik wilde een ov chipkaart voor mijn zoon aanvragen en kwam in de haast op deze site terecht. Ge...' [Toon meer](#)
- Yoko (YO)**, 9 nov 2025, 1 star: 'Oplichters!!! Door een OV-chipkaart aan te vragen ben ik op de site van Reis product Aanvragen terecht gekomen. Heb 37,50 moeten betalen ipv 7,50. Je reinste oplichting. Heb direct een bezwaarschrift ge...' [Toon meer](#)
- Wesley (WE)**, 3 nov 2025, 1 star: 'Oplichters! Je zoekt op ov chipkaart kopen en zij komen bovenaan de pagina met zoekresultaten. Ze hopen op mensen die even niet goed opletten want deze website biedt 0 toegevoegde waarde. Ze maken...' [Toon meer](#)
- Mevr. Wilma Ringelberg-Schipper (MW)**, 5 nov 2025, 1 star: 'Zoals alle mensen hier al schrijven ben ik ook opgelicht door dit bedrijf. Ze komen bovenaan in beeld als je een OV aanvraag, de procedure ging snel en makkelijk, ik betaalde gelijk, maar het bedrag k...' [Toon meer](#)

- 2.53. Rover heeft gezien het grote aantal klachten over de Websites – en soortgelijke websites van derden – ook een eigen meldpunt ingesteld waar consumenten klachten over dit soort praktijken kunnen melden (het “**Meldpunt**”, met screenshots overlegd als **Productie 20**).¹⁵ Via dit Meldpunt waren op het moment van schrijven van deze dagvaarding in totaal 759 meldingen binnengekomen. Het gaat overigens niet alleen om klachten, maar ook om steunbetuigingen van consumenten aan Rover voor haar optreden tegen dit soort partijen. Van het totaal zien tot de peildatum van 8 december 2025 518 meldingen op de Websites. Als **Productie 21** leggen Translink c.s. een overzicht van de via het Meldpunt ontvangen klachten over de Websites over, met daarbij enkele sprekende voorbeelden, een aantal e-mailwisselingen die de klagende consumenten hebben gevoerd met Kings Online, en een door een consument ontvangen voorbeeldfactuur. Naar de voorbeelden, e-mailwisselingen en factuur wordt met onderstrepingen in deze dagvaarding verwezen (bijv.: “klacht 1”). Deze voorbeelden, worden in deze dagvaard Indien uw Voorzieningenrechter dat zinvol acht, is Rover

¹⁵ Het Meldpunt is te raadplegen via <https://doemee.rover.nl/meldpunt-teveel-betaald-voor-ov-chipkaart/>.

graag bereid over deze klachten ter zitting nader te verklaren en/of nader bewijs in het geding te brengen.

- 2.54. Dat de consumenten onnodige bemiddelingsdiensten zoals die van Kings Online als misleidend ervaren, blijkt ook uit de media-aandacht die in de aanloop naar deze procedure voor de Websites van Kings Online en soortgelijke partijen is ontstaan. Translink c.s. overleggen als **Productie 22** artikelen over dit onderwerp over, afkomstig uit De Telegraaf, De Gelderlander, en het populaire instagramkanaal *CestMocro*.
- 2.55. Ook op televisie is voor deze handelspraktijken aandacht geweest. Journalisten van BNNVARA hebben voor het programma Kassa onderzoek uitgevoerd naar dure bemiddelingssites, waarbij met name de Websites van Kings Online de aandacht trokken. Als gevolg hiervan is in een aflevering van Kassa van 4 oktober 2025 aandacht besteed aan het probleem. De aflevering is terug te zien via de website van Kassa.¹⁶ Translink c.s. leggen daarnaast een kopie van het artikel van Kassa over als **Productie 23**. Opmerkelijk genoeg heeft Kings Online ervoor gekozen de Websites op de datum van de uitzending offline te halen en opnieuw ten tijde van publicaties in de Telegraaf op 6 oktober 2025. Dit wordt genoemd in het artikel van Kassa, en blijkt ook uit screenshots van die data, die Translink c.s. overleggen als **Productie 24**. Daarna zijn de Websites echter weer online gebracht. Andere aanbieders van soortgelijke 'bemiddelingsdiensten' voor OV-chipkaarten hebben na de media-aandacht en sommaties vanuit Translink c.s. hun bedrijfsvoering wel definitief gestaakt. Kings Online is, voor zover bekend bij Translink c.s., de enige partij die nog actief is.
- 2.56. Overigens wordt online een veelheid van soortgelijke diensten aangeboden, bijvoorbeeld voor het aanvragen van visums en andere reisdocumenten, uittreksels uit de KvK (een dienst die ook Kings Online aanbiedt, zie al. 2.11 en Productie 9) en het schorsen van voertuigen bij de RDW. Hoewel het gaat om verschillende producten is de werkwijze steeds hetzelfde; handelaren wekken de indruk dat zij verbonden zijn aan een officiële instantie, vragen veel geld voor het doen van aanvragen die elders geen extra kosten met zich meebrengen of veel goedkoper zijn en misleiden op die wijze consumenten. Er is dus sprake van een breder maatschappelijk fenomeen, waardoor veel consumenten gedupeerd worden en waarvoor in de media geregeld aandacht is. Translink c.s. verwijzen bijvoorbeeld naar de nieuwsberichten overlegd als **Productie 25**. Niettemin blijft het kennelijk een voldoende lucratief bedrijfsmodel.

Aanloop naar dit kort geding

- 2.57. Wat Translink c.s. betreft zijn dit soort diensten echter oneerlijk en onrechtmatig en dienen zij niet getolereerd te worden. Op 26 september 2025 hebben Translink c.s. daarom een brief gestuurd aan Kings Online en [oud-bestuurder] (die toen ten onrechte nog in het register van de KvK was opgenomen als bestuurder, zie al. 2.13) met daarin een sommatie, aankondiging dat zij rechtsmaatregelen zou treffen en een uitnodiging voor overleg (**Productie 26**, de "Sommatiebrief"). Om er zeker van te zijn dat deze brief door hen (tijdig) zou bereiken, is deze brief door een deurwaarder bij [oud-bestuurder] betekend, en met aangetekende post aan zowel [oud-bestuurder] als Kings Online verstuurd (**Productie 27**).

¹⁶ <https://www.bnnvara.nl/kassa/artikelen/ov-chipkaart-aanvragen-pas-op-voor-dure-bemiddelingssites>.

- 2.58. Op 2 oktober 2025 heeft Kings Online per brief gereageerd op de Sommatiebrief (**Productie 28**). Na enige onderlinge correspondentie (**Productie 29**)¹⁷ hebben partijen op 6 november 2025 over het geschil en mogelijke oplossingsrichtingen gesproken. Tijdens dit overleg gaf de advocaat van Kings Online aan dat hij overleg had gepleegd met [Gedaagde 2], die inmiddels in het register van de KvK was opgenomen als bestuurder en die bij het overleg initieel ook zelf aanwezig zou zijn, maar kort voor de bespreking wegens persoonlijke omstandigheden moest afzeggen. Daarmee wist [Gedaagde 2], althans behoorde zij te begrijpen, dat de vorderingen in deze zaak ook tegen haar gericht waren. Translink c.s. hebben dat in een e-mail van 18 november 2025 ook benadrukt. De advocaat van Kings Online heeft daarop bevestigd dat hij ook optrad namens [Gedaagde 2]. Ook met haar heeft dus voldoende overleg plaatsgevonden (**Productie 30**).
- 2.59. Op 14 november 2025 ontvingen Translink c.s. een oplossingsvoorstel van Kings Online c.s. (**Productie 30**).¹⁸ De kern daarvan was dat Kings Online c.s. enkel bereid waren de exploitatie van de Websites tegen betaling te staken. Translink c.s. achtten dit geen reële oplossing en hebben daarom geen andere mogelijkheid gezien dan het initiëren van deze procedure. Nadat Translink c.s. dit aankondigden hebben Kings Online c.s. aan Translink c.s. verzocht de dagvaarding op het kantoor van de advocaat van Kings Online c.s. te betekenen (**Productie 30**), aan welk verzoek Translink c.s. bij betekening van deze dagvaarding hebben voldaan.

3. JURIDISCHE ONDERBOUWING

- 3.1. Uit de feiten die Translink c.s. hiervoor hebben geschetst, blijkt dat Kings Online zich op en middels de Websites schuldig maakt aan oneerlijke handelspraktijken. Kings Online handelt daarmee onrechtmatig jegens zowel Translink als de consumenten die Rover als belangenorganisatie vertegenwoordigt.¹⁹ Zij hebben er ieder een eigen belang bij dat dit onrechtmatig handelen onmiddellijk stopt. Translink c.s. vorderen in dit kort geding dan ook een gebod voor Kings Online om haar onrechtmatige handelingen te staken. Translink doet dat op eigen naam, als een reguliere vordering in kort geding. Rover doet dat als belangenorganisatie namens de consumenten die zij vertegenwoordigt, als een collectieve actie in kort geding.
- 3.2. Translink c.s. vorderen in dit kort geding primair een gebod voor Kings Online c.s. om de exploitatie van de Websites te staken en geen soortgelijke websites te exploiteren, op straffe van een dwangsom. Subsidiair, en uitsluitend voor zover de primaire vordering van Translink c.s. niet voor toewijzing in aanmerking zou komen, verzoeken Translink c.s. uw Voorzieningenrechter Kings Online c.s. te gebieden (i) bepaalde wijzigingen door te voeren aan de Websites en haar advertenties in Google en (ii) indien zij in de toekomst soortgelijke websites gaan exploiteren de gestelde eisen eveneens in acht te nemen, op straffe van een dwangsom. Hierna zetten Translink c.s. de juridische onderbouwing van hun vorderingen uiteen. In **§4 en 5** bespreken Translink c.s. vervolgens hun vorderingen, het spoedeisend belang en de ontvankelijkheid van Rover.

¹⁷ Op 18 oktober heeft de advocaat van Kings Online ook een e-mail gestuurd naar de advocaat van Translink c.s. Deze e-mail is in de huidige procedure niet overlegd, omdat daarin confraterneel gesproken wordt over een minnelijke regeling.

¹⁸ Hoewel deze e-mail in beginsel kwalificeert als 'confraternele correspondentie' die in een procedure niet kan worden overlegd, heeft Kings Online daarin aangegeven dat zij de e-mail niet als zodanig beschouwt. Translink c.s. begrijpen daaruit dat zij er geen bezwaar tegen hebben dat deze e-mail in het geding wordt gebracht.

¹⁹ Zie hierover meer in detail **§5** van deze dagvaarding.

Kings Online maakt zich op de Websites schuldig aan oneerlijke handelspraktijken

- 3.3. Kings Online biedt op de Websites bedrijfsmatig diensten aan consumenten aan. Zij kwalificeert daarmee als een ‘handelaar’ in de zin van artikel 6:193a lid 1 onder b BW. Kings Online dient zich om die reden te houden aan de regels over oneerlijke handelspraktijken, zoals neergelegd in artikel 6:193a e.v. BW, die een implementatie vormen van de Richtlijn Oneerlijke handelspraktijken²⁰ (de “Richtlijn OHP”). Kings Online is daarnaast, onder meer, gebonden aan de verplichtingen die volgen uit de artikelen 3:15d, 6:227c en 6:230h e.v. BW.

De regels over oneerlijke handelspraktijken

- 3.4. Uit de genoemde bepalingen volgt, onder meer, dat Kings Online onrechtmatig handelt jegens consumenten als zij een handelspraktijk verricht die *oneerlijk* is (art. 6:193b lid 1 BW). Daarvan is sprake als Kings Online (i) in strijd handelt met de vereisten van professionele toewijding en (ii) het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen daardoor merkbaar is beperkt of kan worden beperkt, waardoor de hij een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen dat hij anders niet had genomen (art. 6:193b lid 2 BW). Het begrip ‘professionele toewijding’ is gedefinieerd als “*normale niveau van bijzondere vakkundigheid en van zorgvuldigheid dat redelijkerwijs van een handelaar ten aanzien van consumenten mag worden verwacht, in overeenstemming met de op hem rustende verantwoordelijkheid, voortvloeiend uit de voor die handelaar geldende professionele standaard en eerlijke marktpraktijken*” (artikel 193a lid 1 sub f BW). Onder de ‘*gemiddelde consument*’ wordt verstaan ‘*een redelijk geïnformeerde, omzichtig en oplettende consument*’, waarbij rekening wordt gehouden met maatschappelijke, culturele en taalkundige factoren.²¹ Onder ‘*gemiddelde consument*’ valt daarnaast ook “*het gemiddelde lid van een specifieke groep waarop de handelaar zich richt of het gemiddelde lid van een specifieke groep waarvan de handelaar redelijkerwijs kan voorzien dat die groep wegens hun geestelijke of lichamelijke beperking, hun leeftijd of goedgegelovigheid bijzonder vatbaar is voor de handelspraktijk of voor het onderliggende product.*” (art. 6:193a lid 2 BW).
- 3.5. Naast de algemene norm noemt de wet specifieke oneerlijke handelspraktijken (art. 6:193b lid 3 BW). Het gaat, onder meer, om *misleidende* handelspraktijken. Daarvan is sprake als een handelaar informatie aan consumenten verstrekt die feitelijk onjuist is of die (hoewel juist) de gemiddelde consument misleidt of kan misleiden, al dan niet door de algemene presentatie van de informatie, waardoor hij een besluit neemt of kan nemen over de overeenkomst dat hij anders niet had genomen (art. 6:193c lid 1 BW). Dat geldt in het bijzonder waar het gaat om informatie over, onder andere, de prijs, de voornaamste kenmerken van de aangeboden producten (waaronder ook een (digitale) diensten worden verstaan²²) en/of de identiteit van de handelaar (art. 6:193c lid 1 BW). Ook het weglaten van essentiële informatie die de gemiddelde consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over een transactie, waardoor hij een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen dat hij anders niet had genomen, kwalificeert als misleidende handelspraktijk (een

²⁰ RICHTLIJN 2005/29/EG VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG van de Raad, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG van het Europees Parlement en de Raad en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 van het Europees Parlement en de Raad.

²¹ Zie overweging 6 Richtlijn OHP.

²² Vgl. de definitie van ‘product’ in art. 6:193a lid 1 onder c: “*Product: goed of dienst, met inbegrip van elektriciteit, digitale diensten en digitale diensten*”.

'misleidende omissie', zie art. 6:193d lid 1 en 2 BW). Als een misleidende omissie kwalificeert eveneens het op een onduidelijke, onbegrijpelijke, dubbelzinnige wijze of (te) laat verstrekken van essentiële informatie, waardoor de consument daardoor beïnvloed wordt of kan worden in zijn transactionele beslissing (art. 6:193d lid 3 BW).

3.6. De voornoemde regels zijn uitgewerkt in specifiekere bepalingen voor bepaalde uitingen:

- (a) Voor **uitnodigingen tot aankoop** als bedoeld in artikel 6:193a lid 1 sub g BW (waarvan hier sprake is²³) geldt, bijvoorbeeld, dat alle informatie die artikel 6:193e BW noemt kwalificeert als 'essentiële informatie'. Het gaat, onder meer, om informatie over (i) de voornaamste kenmerken van het product, (ii) de identiteit van de handelaar en (iii) de prijs, inclusief belastingen (art. 6:193e lid 1 onder a, b en c BW).
- (b) Indien sprake is van **commerciële communicatie** (hier eveneens het geval), dan geldt (daarnaast) dat alle informatie die artikel 6:193f BW noemt, kwalificeert als essentiële informatie. Het gaat, onder meer, om de informatie die handelaren dienen te verstrekken op grond van artikel 6:230m lid 1 sub a, b, c en e en 6:230v lid 1 tot en met 3 BW. Daaruit volgt dat Kings Online aan de consument op duidelijke en begrijpelijke wijze informatie moet verstrekken over de voornaamste kenmerken en de totale prijs van de producten of diensten die zij aanbiedt (art. 6:230m lid 1 sub a en e BW). Op deze informatie dient Kings Online de consument bovendien op een duidelijke en in het oog springende manier en onmiddellijk voordat de consument zijn bestelling plaatst te wijzen (art. 6:230v lid 2 BW). Ook bij de niet-naleving van deze bepalingen is sprake van een oneerlijke handelspraktijk.

Interpretatie van de regels over oneerlijke handelspraktijken door de ACM

3.7. De ACM geeft in verschillende (beleids)documenten uitleg over hoe de regels over oneerlijke handelspraktijken in de praktijk moeten worden geïnterpreteerd en toegepast. Eén daarvan is de al genoemde Leidraad BOC.²⁴ Daarin licht de ACM toe waar de grenzen liggen van online beïnvloeding. De ACM besteedt daarbij niet alleen aandacht aan de informatie als zodanig, maar zij noemt ook uitdrukkelijk beïnvloeding door middel van het design van (bijvoorbeeld) een website ('*fairness by design*'). De ACM schrijft in deze Leidraad daarover onder andere:

"U mag consumenten niet met uw vormgeving misleiden tot een aankoop (...)"²⁵;

"Laat commerciële belangen niet de duidelijkheid van uw informatie verminderen. Ook al kan het verstrekken van bepaalde informatie uw conversie verlagen. Toon die informatie toch niet minder duidelijk. Denk aan belangrijke informatie in kleine of slecht leesbare lettertypes of kleuren."²⁶; en

²³ Een 'uitnodiging tot aankoop' is een commerciële boodschap die de kenmerken en de prijs van het product op een aan het gebruikte medium aangepaste wijze vermeldt en de consument aldus in staat stelt om een aankondiging te doen (art. 6:193a lid 1 onder g BW). De ACM gaat uit van een ruime definitie van de term uitnodiging tot aankoop (ook aangeduid als 'UTA'). Zo stelt de ACM in de Uitgangspunten transparante aanbiedingen telecomaanhouders (te raadplegen via https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/2019-12/uitgangspunten-acm-transparante-aanbiedingen-telecomaanhouders_0.pdf) bijvoorbeeld: "er is sprake van een UTA zodra op een webpagina een prijs én informatie (of afbeelding) staat over hetgeen de telecomaanhouders daadwerkelijk aanbiedt. De UTA kan meerdere webpagina's omvatten.". Er is geen reden om aan te nemen dat buiten de telecomsector iets anders geldt.

²⁴ <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/leidraad-bescherming-online-consument.pdf>

²⁵ Leidraad BOC, p. 30.

²⁶ Leidraad BOC, p. 11.

“Zorg dat belangrijke informatie goed zichtbaar is voor consumenten, bijvoorbeeld door met opvallende kleuren en een groot genoeg en duidelijk lettertype te werken.”²⁷

- 3.8. De ACM geeft in de Leidraad BOC ook concrete voorbeelden van gevallen waarin sprake is van misleiding. Eén van die voorbeelden ziet op '[o]nduidelijke doorschakeldiensten':²⁸

1.3.1 Voorbeeld: Onduidelijke doorschakeldienst

Iemand die op zoek is naar het nummer van een overheidsinstantie gebruikt vaak een zoekmachine om dat nummer te vinden. Als een van de eerste zoekresultaten komt de advertentie van een doorschakeldienst naar boven. Want dat bedrijf heeft de zoekmachine betaald om te verschijnen als iemand die instantie zoekt. De advertenties van het bedrijf wekken de indruk van de overheidsinstantie te zijn. De website lijkt qua ontwerp en taalgebruik op de website van de overheidsinstantie. Het bedrijf geeft geen duidelijke informatie over de identiteit van het bedrijf, de inhoud en de prijs van de dienst. De consument denkt dus ten onrechte het nummer van de instantie gevonden te hebben. Maar als de consument via het doorschakelnummer naar de instantie belt, betaalt hij extra kosten bovenop het normale tarief van de overheidsinstantie. In deze situatie is er sprake van misleiding. Dit mag niet.

- 3.9. De ACM heeft in het verleden vaker aandacht besteed aan dergelijke doorschakeldiensten en trad ook handhavend op.²⁹ In 2019 publiceerde de ACM daarnaast een Leidraad over het voorkomen van misleiding bij doorschakeldiensten (de **“Leidraad Doorschakeldiensten”**).³⁰ De ACM gaat daarin onder andere in op misleiding in zoekresultaten in zoekmachines:

“Aanbieders van doorschakeldiensten mogen consumenten met zoekresultaten niet misleiden. Hieronder een fictief voorbeeld van een zoekresultaat dat consumenten misleidt. Dit fictieve voorbeeld is gebaseerd op zoekresultaten die de ACM is tegengekomen in haar onderzoek naar misleidende openbare uitingen voor doorschakeldiensten. In dit voorbeeld komen elementen voor die het zoekresultaat misleidend maken. Als een zoekresultaat één van deze elementen bevat, kan er al sprake zijn van misleiding.

The image shows a search result for 'Klantenservice overheid' on a search engine. The result is an advertisement (Ad) for 'Klantenservice overheid | Bel de klantenservice op 090X-0XYZ'. The URL is 'https://www.klantenserviceoverheid.nl'. The advertisement text says: 'De klantenservice van de overheid nodig? Bel direct 090X-0XYZ (90cpm). Meteen vakkundig geholpen.' Below the advertisement, there is a link to 'https://www.rijksoverheid.nl > contact' and 'Contact | Rijksoverheid.nl'. On the left side, there are five red arrows pointing to specific elements of the advertisement, each with a red number in a circle. The arrows point to: 1. The 'Ad' label, 2. The title 'Klantenservice overheid | Bel de klantenservice op 090X-0XYZ', 3. The text 'De klantenservice van de overheid nodig?', 4. The text 'Bel direct 090X-0XYZ (90cpm). Meteen vakkundig geholpen.', and 5. The URL 'https://www.klantenserviceoverheid.nl'. On the far left, there is a list of five misleading elements with corresponding red arrows pointing to the elements in the advertisement: 'Misleidende domeinnaam', 'Misleidende titel: het telefoonnummer lijkt van de gezochte organisatie te zijn', 'Misleidende combinatie van 'Bel direct' en naam van een andere organisatie', 'Identiteit van de aanbieder ontbreekt in het zoekresultaat', and 'Onduidelijk dat je dit tarief blijft betalen nadat je bent doorgeschakeld'.

- 3.10. De ACM beschrijft ook hoe de websites van doorschakeldiensten consumenten kunnen misleiden:

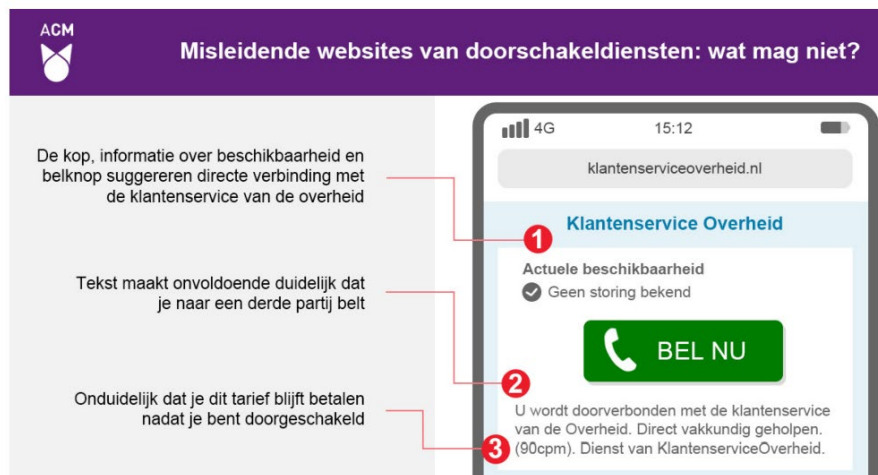
²⁷ Leidraad BOC, p. 11.

²⁸ Leidraad BOC, p. 11.

²⁹ Zie bijvoorbeeld: <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-pakt-misleiding-bij-doorschakeldiensten-aan>, <https://www.acm.nl/nl/publicaties/last-onder-dwangsom-voor-aanbieders-van-telefonische-doorschakeldiensten-vanwege-misleiding-van-consumenten>, <http://acm.nl/nl/publicaties/acm-gaat-met-aangescherpte-regels-strenger-optreden-tegen-doorschakeldiensten> en <http://acm.nl/nl/publicaties/acm-gaat-met-aangescherpte-regels-strenger-optreden-tegen-doorschakeldiensten>.

³⁰ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-leidraad-voorkomen-misleiding-bij-doorschakeldiensten>.

“De websites van aanbieders van doorschakeldiensten mogen consumenten niet misleiden. Hieronder een fictief voorbeeld van een website die consumenten misleidt. Dit fictieve voorbeeld is gebaseerd op websites die de ACM is tegengekomen in haar onderzoek naar misleidende openbare uitingen voor doorschakeldiensten. In dit voorbeeld komen elementen voor die de website misleidend maken. Als een website één van deze elementen bevat, kan er al sprake zijn van misleiding.”



- 3.11. De ACM geeft in de Leidraad Doorschakeldiensten verder handvatten voor aanbieders van zulke diensten om te voldoen aan de hun wettelijke verplichtingen. De ACM beschrijft onder andere welke essentiële informatie in één oogopslag zichtbaar moet zijn. De ACM noemt daarbij, naast de prijs en de identiteit van de handelaar, informatie over de *“voornaamste kenmerken van het product”*. Dat is bij een doorschakeldienst het feit dat de consument een ‘doorschakeldienst’ of ‘abonnee-informatiedienst’ is, aldus de ACM. Deze informatie moet de handelaar dus duidelijk vermelden.³¹
- 3.12. De ACM geeft tot slot aan welke aspecten er bij doorschakeldiensten doorgaans toe leiden dat sprake is van misleiding. Het gaat daarbij onder andere om *“het gebruik van formuleringen, teksten, kleuren, termen, logo’s en/of beschrijvingen van een dienst die associaties oproepen met de instellingen of bedrijven waarnaar de doorschakeldienst kan doorschakelen”* en *“Het gebruik van de naam van een bedrijf of instelling waarnaar de nummerhouder kan doorschakelen, zonder dat daarbij in dezelfde context en in een ten minste even groot lettertype de eigen identiteit van de nummerhouder en de aard van haar dienst wordt vermeld. Hierbij moet ook de relatie tussen de nummerhouder en haar dienst duidelijk zijn”*.³²
- 3.13. Uit onderzoek van de ACM bleek na het verschijnen van deze Leidraad verder dat misleiding bij dit type diensten *zelfs* niet verdwijnt als aanbieders *wel* transparantere informatie verstrekken:

“Uit het onderzoek naar de advertenties van doorschakeldiensten blijkt dat 72% van de mensen die in het onderzoek de intentie hebben om te bellen niet begrijpen dat zij naar een doorschakeldienst bellen en 77% niet begrijpt wat de kosten zijn, zelfs als de advertenties voldoen aan de regels door te melden wie zij zijn, dat ze doorverbinden en dat het tarief doortikt nadat de beller is doorverbonden. Na uitleg over wat een doorschakeldienst is, geeft een grote meerderheid (83%) van de mensen aan geen doorschakeldienst

³¹ Leidraad Doorschakeldiensten, p. 6.

³² Leidraad Doorschakeldiensten, p. 7.

te willen bellen als zij een telefoonnummer nodig hebben. Slechts 5% zou wel gebruik willen maken van een doorschakeldienst.”³³

- 3.14. De dienst die Kings Online via de Websites aanbiedt is geen doorschakeldienst. Deze vertoont daarmee echter wel sterke gelijkenissen. Ook de dienst van Kings Online bestaat er immers uit dat zij consumenten een hoge vergoeding rekent voor een product dat de consument bij de uitgevende instantie (hier: Translink) zonder extra vergoeding kan aanschaffen, terwijl daar voor de consument geen (althans geen serieuze) voordelen tegenover staan. De genoemde beleidsdocumenten en onderzoeken zijn daarom ook relevant voor de toepassing van de regels over oneerlijke handelspraktijken in de onderhavige context.
- 3.15. Dat de ACM diensten zoals die van Kings Online kritisch beschouwt, blijkt ook uit een toezeggingenbesluit van de ACM van 7 november 2024, waarin de ACM toezeggingen van ToeslagenPortal B.V. (**“ToeslagenPortal”**) bindend verklaarde (het **“Toezeggingenbesluit”**).³⁴ ToeslagenPortal bood een soortgelijke dienst aan als Kings Online, zij het dat zij ‘bemiddelde’ bij het aanvragen van toeslagen, in plaats van OV-chipkaarten. In het Toezeggingenbesluit schreef de ACM onder meer:

“Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat uit de advertenties niet bleek dat ToeslagenPortal een commercieel bedrijf is dat tegen betaling toeslag voor consumenten aanvraagt. Door het gebruik van zinnen als “Dien uw aanvraag binnen enkele minuten online in.” en “Bereken direct hoeveel uw maximaal te ontvangen zorgtoeslag is en vraag deze direct aan.” wekte ToeslagenPortal de indruk dat consumenten zelf en direct iets aanvroegen, terwijl niet zij, maar ToeslagenPortal de aanvraag voor hen indiende. Op de laatste pagina van het bestelproces, voordat consumenten de bestelling plaatsten, werden consumenten te laat op onduidelijke wijze geïnformeerd over de prijs van de dienst. Ook informatie over het afstand doen van het herroepingsrecht werd op onduidelijke wijze pas na het verstrekken van andere informatie weergegeven. Daardoor kon deze informatie - mede gelet op de vormgeving van de rest van het bestelproces - door consumenten over het hoofd worden gezien.”³⁵

- 3.16. Net als Kings Online suggereerde ToeslagenPortal dat de consument de aanvraag zelf deed, waardoor onduidelijk was dat Toeslagenportal handelde als commercieel bedrijf dat dit tegen betaling vóór consumenten deed. Ook ToeslagenPortal meldde (net als Kings Online) prijzen verder pas aan het einde van het bestelproces, waardoor die informatie, mede gelet op de vormgeving van dat proces, door consumenten over het hoofd kon worden gezien. De ACM achtte dat in strijd met de toepasselijke de wet- en regelgeving. ToeslagenPortal zei ter voorkoming van handhaving door de ACM vervolgens toe, onder andere, wijzigingen te zullen doorvoeren aan haar website en gedupeerden te compenseren. Inmiddels is ToeslagenPortal niet meer actief. Kort na het Toezeggingenbesluit staakte zij haar bedrijfsvoering.³⁶ Het is Translink c.s. niet bekend wat de reden is. Zij vermoeden echter dat de website bij verstrekking van transparante informatie niet meer rendabel was.

³³ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-onderzoek-misleiding-verdwijnt-niet-door-transparantie-bij-doorschakeldiensten>.

³⁴ Besluit van de ACM als bedoeld in artikel 12h van de Instellingswet Autoriteit Consument en Mark, ACM/UIT/634783, beschikbaar via <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-verklaart-toezegging-toeslagenportal-bindend>.

³⁵ Toezeggingenbesluit, al. 6.

³⁶ <https://www.consumentenbond.nl/acties-claims/nieuws/2024/maatregelen-online-toeslagen-aanvraag--en-opzegdiensten>.

- 3.17. De ACM heeft eind 2024 tot slot gewaarschuwd voor zogeheten 'betaalde opzegdiensten'.³⁷ Dit zijn dienstverleners die (opnieuw vaak nadat zij consumenten lokken via een betaalde positionering in Google) tegen hoge vergoedingen voor consumenten abonnementen opzeggen. Ook bij die diensten geldt over het algemeen dat de websites niet transparant zijn en consumenten niet doorhebben dat ze van een onnodige dienst gebruikmaken. In dat geval maken zij zich volgens de ACM schuldig aan misleiding.

Kings Online handelt met de Websites op oneerlijke en onrechtmatige wijze

- 3.18. Ook Kings Online, wiens dienstverlening via de Websites grote gelijkenissen vertoont met de hiervoor beschreven diensten, voldoet niet aan de regels over oneerlijke handelspraktijken. Zoals hierna in detail aan de orde komt, voldoet Kings Online op verschillende punten niet aan *specifieke* bepalingen uit de wetgeving over oneerlijke handelspraktijken. Translink c.s. menen echter dat ook als zij deze punten aanpast, de handelspraktijk van Kings Online als oneerlijk blijft kwalificeren.
- 3.19. De handelspraktijk van Kings Online bestaat eruit dat zij consumenten substantiële bedragen laat betalen voor een dienst die zij niet nodig hebben en die voor hen geen concrete voordelen met zich meebrengen. Het gaat om diensten waarvoor consumenten, als zij zich realiseerden wat zij afnamen, nooit zouden kiezen. Dat blijkt ook uit de grote hoeveelheid klachten en meldingen over de Websites, waarin consumenten niet alleen aangeven zich misleid, maar zelfs opgelicht te voelen. Translink c.s. hebben online niet één review kunnen vinden waarin de consument aangaf tevreden te zijn over de dienstverlening van Kings Online of zich bewust te zijn geweest van wat de 'dienstverlening' van Kings Online inhield. Kings Online verdient, met andere woorden, alleen geld aan consumenten die niet doorhebben waar de dienst van Kings Online uit bestaat. Kings Online zal dus altijd op of over de grens van misleiding moeten (blijven) handelen om haar dienst rendabel te laten zijn. Haar voortbestaan is ervan afhankelijk dat zij ervoor zorgt dat consumenten niet door hebben *wat* zij kopen. Kings Online is als gezegd niet de enige die een dergelijk bedrijfsmodel hanteert; er is sprake van een breder maatschappelijk probleem, waardoor veel consumenten geraakt worden.
- 3.20. Translink c.s. zijn van mening dat daarmee sprake is van een dienst die inherent oneerlijk is, als bedoeld in artikel 6:193b lid 1 BW. Het handelen van Kings Online is wat Translink c.s. betreft evident in strijd met de professionele toewijding. De handelswijze van Kings Online is immers niet in lijn met wat van handelaren mag worden verwacht ten aanzien van consumenten '*overeenkomstig eerlijke marktpraktijken en/of het algemene beginsel van goede trouw in de sector van de handelaar*'.³⁸ Dit wordt ondersteund door de voornoemde beleidsdocumenten en mediaberichten. Uit de eerder besproken reviews (en mediaberichten) blijkt bovendien dat het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen daardoor merkbaar is beperkt of kan worden beperkt en dat de consument besluiten neemt of kan nemen over een overeenkomst, die hij anders niet had genomen. Uit het in al. 3.13 aangehaalde onderzoek van de ACM over betaalde doorschakeldiensten blijkt bovendien dat het bij dit soort diensten niet uitmaakt of aan consumenten transparante(re) informatie wordt verstrekt, ook dan blijven consumenten zonder dat te willen

³⁷ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-waarschuwt-campagne-voor-betaalde-opzegdiensten>

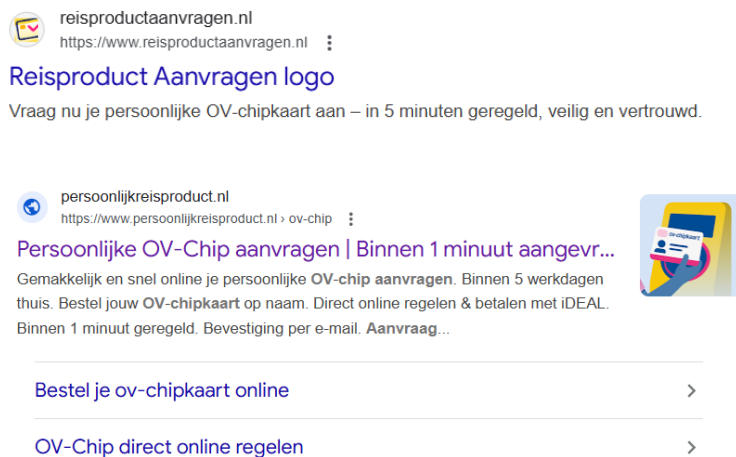
³⁸ Zie de definitie van 'professionele toewijding' in artikel 193a lid 1 sub f BW.

gebruikmaken van dit soort diensten. Het verstrekken van duidelijkere informatie neemt het risico dat consumenten aan ongewenste overeenkomsten gebonden worden dus niet weg.

- 3.21. Dit maakt wat Translink c.s. betreft dat de dienst oneerlijk is, als bedoeld in artikel 6:193b lid 1 BW en strijdig is met het algemene verbod op oneerlijke handelspraktijken, ook als niet voldaan zou zijn aan de eisen voor een *misleidende handelspraktijk*. Op zijn minst is het handelen van Kings Online in het licht van het voorgaande in strijd met de maatschappelijke zorgvuldigheid en onrechtmatig op grond van artikel 6:162 BW.

De handelspraktijken van Kings Online zijn misleidend

- 3.22. Kings Online handelt bovendien in dit geval in strijd met het verbod op *misleidende* handelspraktijken. Zowel de advertenties waar zij consumenten mee aantrekt, als de Websites zelf, zijn op misleidende wijze vormgegeven en ingericht en hebben evident tot doel consumenten op het verkeerde been te zetten. Omdat het niet realistisch is om in het kader van dit kort geding *alle* punten te beschrijven waarop de Websites niet voldoen aan de toepasselijke wet- en regelgeving, volstaan Translink c.s. hierna met een opsomming van de belangrijkste punten.
- (a) In zowel haar betaalde advertenties als de omschrijving bij haar reguliere ('organische') vermeldingen in Google³⁹ maakt Kings Online op geen enkele manier duidelijk dat zij een betaalde bemiddelingsdienst aanbiedt. Kings Online meldt alleen dat consumenten via haar Websites een persoonlijke OV-chipkaart kunnen aanvragen, waarbij ze de suggestie wekt dat consumenten dit zelf doen, in plaats van dat zij dat als commerciële dienst voor hen doet. Kings Online handelt daarmee op dezelfde wijze als ToeslagenPortal dat deed, tot haar handelspraktijken door de ACM als onrechtmatig werden aangemerkt (zie al. 3.15 e.v.). Translink c.s. verwijzen naast de screenshot in al. 2.21 naar onderstaande afbeeldingen:



Consumenten veronderstellen op het moment dat zij op de Websites komen dus dat zij *zelf* een aanvraag doen voor een OV-chipkaart. Dit beeld wordt verstrekt doordat consumenten vaak via een betaalde advertentie op de Websites komen, waardoor zij ervan uit gaan dat zij

³⁹ De zogenaamde 'title tag' en 'meta description', die door Kings Online zelf zijn ingevuld.

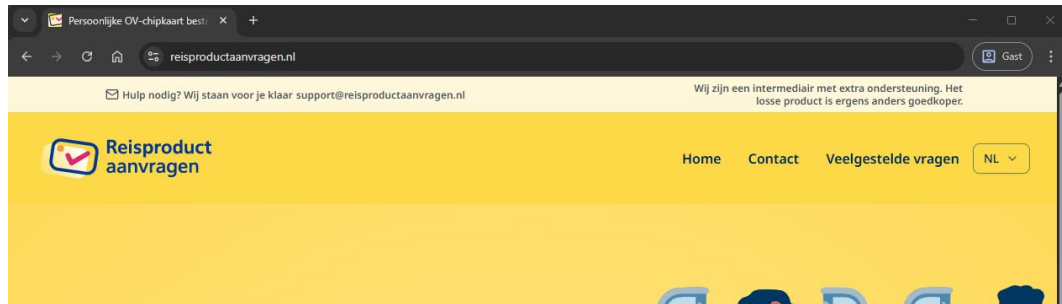
zich op de Translink Website bevinden⁴⁰, en het kleurgebruik op de Websites. Kings Online c.s. handelen daarmee, onder meer, in strijd met artikel art. 6:193c onder a, b, c, e, f en 6:193d lid 1 – 3 BW.

- (b) Op de Websites probeert Kings Online consumenten vervolgens zo snel mogelijk het bestelproces in te lokken, door in veruit de grootste en meest opvallende tekst en kleuren de zin “*Vraag nu je Persoonlijke OV-chipkaart aan*” met een bestelknop te tonen. Kings Online wekt daar dus wederom de suggestie dat consumenten *zelf* een aanvraag voor een OV-chipkaart doen. De bedoeling is om consumenten, die door de inhoud van de vermelding en de (betaalde) *ranking* van de Websites in de zoekmachine in de veronderstelling verkeren dat zij zelf een aanvraag doen op een officiële website, zo min mogelijk tijd te geven om de overige informatie op de Websites tot zich te nemen. Ook dit is in strijd met artikel art. 6:193c onder a, b, c, e, f en 6:193d lid 1 – 3 BW.
- (c) Hoewel Kings Online dit nergens stelt en op een aantal plaatsen (op een zo onopvallend mogelijke wijze en steevast in een kleiner lettertype en minder opvallende kleur) meldt dat zij niet gelieerd is aan Translink, doet zij er alles aan om de indruk te wekken dat de Websites verbonden zijn aan Translink en/of vervoerders als de NS. Op alle pagina’s van de Websites worden de kleuren van de huisstijl van Translink en de NS gebruikt. Het gaat om een combinatie van de kleuren geel en donkerblauw, die de NS onder meer gebruikt op haar website (de “**NS Website**”)⁴¹, en de kleuren wit en roze, zoals Translink gebruikt op de Translink Website. Ook het schreefloze lettertype op de Websites lijkt op die op de NS Website en de Translink Website. De afbeeldingen op de homepage van de Websites tonen daarnaast in- en uitcheckzuilen en poortjes van de NS en Arriva.⁴² Ook overigens komen de vormgeving van de Websites en de Translink Website (en de NS Website) sterk overeen: er worden grote, paginabrede kleurvlakken gebruikt, zonder randen, met grote knoppen in vergelijkbare kleuren. Om een beeld te geven van de gelijkenissen leggen Translink c.s. als **Productie 31** screenshots over van de homepages van de Websites, de NS Website en de Translink Website. Over deze grote gelijkenis in *look and feel* kwamen ook veel klachten binnen bij het Meldpunt. Zie in het bijzonder klachten 1 en 7 en daarnaast klachten 2, 3, 4, 5, 10, 21 in Productie 21. Kings Online handelt hiermee in strijd met, onder andere, artikel 6:193c lid 1 onder c en f BW.
- (d) De informatie die Kings Online op de Websites verstrekt over haar eigen dienstverlening houdt ze zo beperkt, vaag en onopvallend mogelijk. De enkele mededeling dat Kings Online een “*intermediair met extra ondersteuning*” is, is in een klein lettertype weggestopt rechts bovenaan de pagina.

⁴⁰ Zie ook p. 35 van de Leidraad BOC, waarin de ACM schrijft: “*De ranking kan van grote invloed zijn op de keuze van consumenten. Consumenten klikken vaak op een van de eerste zoekresultaten. Zonder te letten op de kwaliteit of relevantie van dat resultaat.*”

⁴¹ Te bereiken via: www.ns.nl.

⁴² Eerder werd daarop ook het logo van NS getoond. Dit logo is op verzoek van NS verwijderd.



Voor het overige wordt deze informatie alleen gemeld op FAQ-pagina en in de AV van Kings Online. Dit is volgens de ACM echter geen afdoende wijze om dergelijke informatie te verstrekken. Dat geldt uitdrukkelijk ook als het gaat om informatie die de conversie van Kings Online kan verlagen. Commerciële belangen mogen er immers niet voor zorgen dat belangrijke informatie niet of op onduidelijke wijze wordt verstrekt, zo stelt de ACM:

“Laat commerciële belangen niet de duidelijkheid van uw informatie verminderen. Ook al kan het verstrekken van bepaalde informatie uw conversie verlagen. Toon die informatie toch niet minder duidelijk. Denk aan belangrijke informatie in kleine of slecht leesbare lettertypes of kleuren.” (Leidraad BOC, p. 11);

“Zorg dat belangrijke informatie goed zichtbaar is voor consumenten, bijvoorbeeld door met opvallende kleuren en een groot genoeg en duidelijk lettertype te werken.” (Leidraad BOC, p. 11);

en

“een belangrijke voorwaarde voor de effectiviteit van transparantie is dat de informatie die je als partij verstrekt vindbaar is voor mensen. Of informatie vindbaar is, hangt af van de plek waar en het moment waarop die wordt aangeboden. Informatie alleen beschikbaar stellen is daarbij niet voldoende”.⁴³

Dat consumenten door de wijze van presentatie deze informatie over het hoofd kunnen zien, komt (net als de omstandigheid dat de Websites als eerste resultaat naar voren komen in Google) ook terug in de klachten die Rover heeft ontvangen via het Meldpunt:

Ik googelde "ov chipkaart" en het eerste resultaat dat Google weergeeft is reisproductaanvragen.nl, blijkbaar omdat het gesponsord is, maw reclame.

Pas na de betaling merkte ik dat het niet klopte. Annuleren kon uiteraard niet meer. Ik heb twee e-mailtjes gestuurd, waarin ik ze ook wees op het feit dat de Algemene Voorwaarden niet (compleet) op de site stonden, en dat ze daarmee niet aan hun informatieplicht voldeden, maar ik kreeg twee keer hetzelfde antwoord terug: ik kon niks annuleren en kreeg geen geld terug. De voorwaarden hebben ze inmiddels geüpdatet, maar ik heb screenshots en het opgeslagen in archive.is (online webarchief).

Bovenaan de (mobiele) website staat een (verplicht) lichtgele balk waarin staat aangegeven dat het bedrijf niet handelt namens OV-chipkaart.nl, maar het knalgele van de homepage en de knalgele balk eronder zorgen ervoor dat je het lichtgele balkje snel over het hoofd ziet, zeker omdat bij het naar beneden scrollen de lichtgele balk verdwijnt (terwijl de knalgele balk wel blijft staan). Verder worden de geadverteerde diensten, waar je dus de extra €30 voor zou betalen,

⁴³ Zie pagina 2 van <https://www.acm.nl/system/files/documents/uitgangspunten-effectieve-transparantie.pdf>

niet geleverd. De levering duurt langer, en automatisch opladen aanzetten is extra moeilijk, omdat het emailadres van reisproductaanvragen.nl is gekoppeld aan de kaart.” (Productie 21, klacht 1).

Kings Online opereert bovendien niet onder de naam Kings Online, maar zoveel mogelijk onder generieke namen en urls die refereren aan de OV-chipkaart in plaats van aan haar eigen dienst (www.reisproductaanvragen.nl / www.persoonlijkreisproduct.nl). Ook is voor consumenten onduidelijk dat zij gebruikmaken van een commerciële, niet aan Translink verbonden, bemiddelingsdienst. Kings Online handelt daarmee in strijd met, onder andere, art. 6:193c lid 1 onder b, d, e en f en art. 6:193d lid 1 – 3 BW.

- (e) De informatie die Kings Online verstrekt over de prijs van de dienst is op verschillende punten misleidend en strijdig met onder andere artikel 6:193c lid 1 onder d en art. 6:193d lid 2, art. 6:193e lid 1 sub c en art. 6:193f onder a BW.
- (f) Zo meldt Kings Online pas in de laatste stap van het bestelproces (stap 3), voor het eerst dat de consument EUR 30,00 betaalt voor haar dienst. Deze prijs is alleen in de balk aan de rechterzijde opgenomen, in plaats van in het midden van het scherm, waar de gegevens staan die de consument moet controleren. De informatie over de prijs springt daardoor niet in het oog, zoals vereist onder artikel 6:193f lid onder b jo art. 6:230v lid 2 BW en wordt door consumenten gemakkelijk over het hoofd gezien. Een dergelijke handelswijze achtte de ACM bij ToeslagenPortal misleidend (vgl. al. 3.15 e.v.).
- (g) De omschrijving ‘Service & Administratiekosten’ maakt, *a/s* de consument dit al ziet, bovendien onvoldoende duidelijk dat de consument betaalt voor een (onnodige) bemiddelingsdienst van Kings Online. De suggestie wordt gewekt dat dit onvermijdelijke kosten zijn die nodig zijn om een OV-chipkaart aan te vragen. Het is voor de consument dus onduidelijk dat het hier gaat om *extra kosten* die hij enkel dient te betalen omdat hij de OV-chipkaart aanvraagt met ‘bemiddeling’ van Kings Online. Deze informatie is daarmee strijd met, onder andere, artikel 6:193c lid 1 sub a, b, d, e en f BW.
- (h) Nadat zij de sommatiebrief van Translink c.s. ontving, heeft Kings Online bij de prijs een accordeonmenu toegevoegd, waaronder zij (als de consument daarop klikt) meldt hoe de prijs is opgebouwd. Ook die informatie is misleidend. Kings Online meldt dat de consument bedragen van EUR 10,00, EUR 10,00 en EUR 4,80 exclusief btw betaalt voor respectievelijk ‘verwerking’, ‘informatievoorziening’ en ‘foto en e-mailcontrole’. Onduidelijk is echter wat deze diensten inhouden. Ook deze informatie maakt voor de consument bovendien niet duidelijk(er) dat zij betaalt voor een bemiddelingsdienst van Kings Online. Het lijkt opnieuw te gaan om onvermijdelijke kosten die de consument altijd moet betalen bij de aanvraag van een OV-chipkaart. Het heeft het er bovendien alles van weg dat het gaat om arbitraire bedragen voor niet-bestaande diensten. De EUR 10,00 excl. btw die de consument betaalt voor ‘informatieverstrekking’ staat in schril contrast tot de zeer summiere informatie op de Websites. Wat Kings Online bedoelt met ‘verwerking’ is onduidelijk, maar in ieder geval gebeurt dit volgens correspondentie tussen Kings Online en haar klanten geautomatiseerd, en zo snel zelfs dat herroeping binnen een paar minuten (!) niet meer mogelijk is (zie klachten 13 16, 21 en 26 overlegd als Productie 21). Uit e-mailwisselingen 1 en 2 (Productie 21) blijkt dat herroeping ook geweigerd wordt na een herhaald verzoek daartoe. Dit terwijl King Online volgens klacht 18 wél in staat is om

consumenten die het bestelproces nog niet afgerond hebben na een uur een herinneringsmail te sturen. Ook waar consumenten voor betalen met de genoemde EUR 4,80 voor “foto- en emailcontrole” is onduidelijk. Consumenten moeten immers zelf hun foto uploaden en bijsnijden en hun foto en e-mailadres in de laatste stap van het besteloverzicht controleren. Kings Online heeft in de communicatie met Translink c.s. weliswaar gesteld dat zij hiervoor ‘tools’ gebruikt, maar welk voordeel die tools de consument precies opleveren is onduidelijk. Bij tenminste één klager is de pasfoto verkeerd op de OV-chipkaart terecht gekomen (zie [e-mailwisseling 6](#)). Ook andere correspondentie tussen Kings Online en haar klanten onderstreept dat het gaat om niet-bestaande kosten en diensten. Translink c.s. verwijzen naar [klacht nummer 28](#) in Productie 21. Daarin is de volgende e-mail opgenomen (eveneens overlegd als [e-mailwisseling 5](#) bij Productie 21) die [Gedaagde 2] op 6 oktober 2025 vanuit de ‘klantenservice’ van Kings Online verstuurd aan een consument in reactie op de vraag waar de kosten die Kings Online in rekening bracht voor waren:

“Geachte heer/mevrouw

Dat bedrag van ongeveer €30 aan administratiekosten bij een OV-chipkaart (bijvoorbeeld als je een nieuwe kaart aanvraagt of vervangt) is eigenlijk geen willekeurige “boete”, maar bedoeld om de kosten te dekken die de kaartuitgever maakt.

Die €30 gaat meestal naar:

Productie van de fysieke chipkaart

o De kaart bevat een contactloze chip en antenne die op naam wordt geregistreerd, en die heeft een beperkte levensduur (normaal 5 jaar).

2. Persoonlijke gegevens en koppeling

o Jouw naam, pasfoto en geboortedatum worden aan de chip gekoppeld, inclusief beveiliging tegen fraude.

3. Administratie en verwerking

o Controleren van je aanvraag, koppelen van abonnementen (zoals NS Flex of studentenreisproduct), en verwerken in alle OV-systemen.

4. Klantenservice en back-end

o Het onderhouden van de landelijke systemen waar jouw reizen en saldo in worden verwerkt.

Het voelt soms alsof je gewoon betaalt “om een stukje plastic te krijgen”, maar in de praktijk is het een soort kostendekkende bijdrage voor een op naam geregistreerd, beveiligd betaalmiddel.

💡 Kleine tip: als jouw kaart nog niet is verlopen maar je alleen een nieuwe nodig hebt door bijvoorbeeld adreswijziging of abonnement, soms kun je deze gratis of goedkoper krijgen via de vervoerder waarbij je het abonnement hebt.”

In deze e-mail geeft (de bestuurder van) Kings Online dus een volstrekt andere verklaring voor de hoge kosten. Die is bovendien zeer misleidend. Kings Online stelt immers dat het gaat om bedragen die bedoeld zijn om de (grotendeels niet bestaande) kosten van de kaartuitgever (lees: Translink) te dekken. Het gaat hierbij niet om een tekst die eenmalig aan een klant verstuurd is: de consument die [klacht nummer 27](#) indiende, kreeg een bericht

met zeer gelijke strekking. Zie ook e-mailwisseling 4 (Productie 21). Translink c.s. vermoeden, mede in dat licht, dat dit bericht ook verzonden is aan andere consumenten. Kings Online verstrekt dus misleidende informatie over waar de consument precies wat voor betaalt, zowel op haar Websites als in correspondentie met klanten. Zij handelt daarmee in strijd, met onder andere, artikel 6:193c lid c, d en e BW.

- (i) De totale prijs van de dienst van Kings Online wordt tot slot – in strijd met art 6:193e sub c en art. 6:193f onder a jo art. 3:15d lid 2 BW – nergens inclusief btw, maar uitsluitend exclusief btw getoond. De prijs van de dienst lijkt daardoor lager dan die daadwerkelijk ligt. Dat beeld wordt versterkt doordat in het overzicht van de kosten een bedrag aan 'btw' is vermeld in dezelfde letterkleur en -grootte als de kosten voor de OV-chipkaart en de 'Service & Administratiekosten'. Dit wekt de suggestie dat het gaat om de btw over deze beide bedragen. In werkelijkheid ziet het btw-bedrag echter alleen op de bemiddelingsdienst van Kings Online (21% over EUR 24,80). Bij de adviesprijs van EUR 7,50 voor de OV-chipkaart, zit de btw al inbegrepen. In gelijke zin is de factuur die consumenten ontvangen onduidelijk. Zie de factuur overleg als Productie 21.
- (j) Nergens op de Websites maakt Kings Online tot slot op een manier die consumenten niet over het hoofd kunnen zien duidelijk dat de consument EUR 30,00 (lees: een opslag van 400%) betaalt voor de bemiddelingsdienst van Kings Online, terwijl het product elders voor de adviesprijs van EUR 7,50 verkrijgbaar is en dat consumenten de dienst van Kings Online niet nodig hebben om een persoonlijke OV-chipkaart aan te schaffen. Kings Online handelt daarmee, onder andere, in strijd met artikel 6:193c onder c en e BW en art. 6:193d lid 1 – 3 BW. Dit is immers essentiële informatie die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit te nemen over de transactie en die op grond van artikel 6:230v lid 2 jo 6:230m lid 1 sub a BW bovendien *'op een duidelijke en in het oog springende manier en onmiddellijk voor de consument zijn bestelling plaatst'* moet worden vermeld. Het niet verstrekken van deze essentiële informatie op die wijze in commerciële communicatie kwalificeert op grond van art. 6:193f onder b jo art. 6:193d lid 1 en 2 BW als een misleidende handelspraktijk.
- (k) Kings Online doet het tot slot voorkomen alsof het gebruik van de Websites voor het aanvragen van een OV-chipkaart vele voordelen heeft. In werkelijkheid is van voordelen echter niet of marginaal sprake. De suggestie dat Kings Online betere klantenservice levert of consumenten goed ondersteunt, zoals zij in correspondentie met Translink c.s. heeft gesteld, wordt weersproken door de vele klachten en meldingen over de gebrekkige klantenservice van Kings Online (Productie 19 en Productie 21). Voor zover er al sprake zou zijn van concrete voordelen, maakt Kings Online in ieder geval onvoldoende duidelijk welke dat zijn en dat de consument voor die concrete voordelen betaalt, waardoor de consument geen afweging kan maken of hij het waard vindt om in ruil voor die voordelen een opslag van 400% bovenop de adviesprijs van de OV-chipkaart te betalen. Kings Online handelt daarmee in strijd met, onder meer, art. 6:193c onder a, b c en e BW en/of art. 193d lid 1 – 3 BW.

- 3.23. De Websites lijken daarmee, als gezegd, sterk op de eerdergenoemde voorbeelden van onder andere misleidende doorschakeldiensten en zijn er (net als die diensten) overduidelijk op gericht de consument te misleiden over, onder meer, de prijs, dienstverlening en de identiteit van Kings Online.
- 3.24. Uit de in Productie 19 en Productie 21 overgelegde klachten en de aandacht die voor de handelspraktijken van Kings Online en soortgelijke partijen geweest is in de media (Productie 22 en Productie 23), blijkt dat Kings Online daarin ook slaagt. Daaruit blijkt dat consumenten door de misleidende en ontbrekende informatie op de Websites en in advertenties van Kings Online besluiten nemen (of kunnen nemen) over de transactie, die zij anders niet hadden genomen. Uit alle klachten blijkt immers dat als consumenten daadwerkelijk hadden begrepen wat Kings Online aanbiedt (vrijwel geen voordelen tegen een – zeker relatief gezien – hoge prijs), zij geen gebruik hadden gemaakt van die dienst. Consumenten voelen zich dan ook misleid, en in sommige gevallen zelfs opgelicht.
- 3.25. De handelspraktijk van Kings Online moet daarmee in zijn geheel aangemerkt worden als een misleidende handelspraktijk als bedoeld in onder andere artikel 6:193b lid 3 onder a BW. Ook alle hiervoor genoemde ‘losse’ onderdelen kwalificeren als misleidende handelspraktijken.
- 3.26. Translink c.s. benadrukken daarbij dat, zoals blijkt uit onder meer artikel 6:193c BW en de Leidraad BOC, niet alleen acht moet worden geslagen op de tekst(en) die zijn opgenomen op de Websites, maar ook op de wijze van presentatie en vormgeving daarvan en de algehele indruk die bij consumenten die daardoor ontstaat. Rekening moet daarbij ook worden gehouden met het feit dat consumenten, als zij denken dat zij met een officieel verkoopkanaal te maken hebben (zoals de Translink Website), minder aandacht besteden aan detailinformatie, zoals een kleine vermelding over de inhoud van de dienst in de rechterbovenhoek van de Websites en informatie over de prijs. In die veronderstelling worden consumenten hier gebracht, onder meer door hoge (betaalde) *rankings* op Google (zie o.a. al. 2.20 e.v.), doordat Kings Online in haar advertenties en op de Website de suggestie wekt dat de consument zelf een OV-chipkaart aanvraagt (zie o.a. al. 2.25 en 3.22 onder a en b) en doordat de Websites sterk lijken op die van Translink en de NS (zie al. 2.24 en 3.22 onder c). Daarbij is mede van belang dat consumenten voor een ‘OV-chipkaart’ niet gaan ‘shoppen’ of prijzen vergelijken. Er is immers maar één OV-chipkaart en consumenten gaan ervan uit dat ze daarvoor de adviesprijs betalen. Het aanvragen van een OV-chipkaart wordt door consumenten dan ook meer gezien als een administratieve handeling, die met minder aandacht en doelgericht (dus: snel het bestelproces in) wordt uitgevoerd. Ook daardoor heeft de consument minder aandacht voor informatie die niet in het oog springt.
- 3.27. Translink c.s. vragen uw Voorzieningenrechter tot slot om – in lijn met artikel 6:193 lid 2 BW – rekening te houden met het feit dat een brede groep consumenten van de OV-chipkaart gebruik maakt, waaronder in het bijzonder minderjarigen en ouderen. Deze groepen zijn vaak minder bedacht op dit soort handelspraktijken en, in het geval van ouderen, kunnen zij kleine teksten bovendien vaak slechter lezen. Juist deze meer kwetsbare groepen worden door dit soort handelspraktijken geraakt. Zie onder meer klachten 8, 12, 24, 26, 28 en 29 in Productie 21. NB: Kings Online is zich goed bewust dat zij met kwetsbare groepen consumenten te maken kan hebben, gelet op de manier waarop zij op de Websites adverteert met de toepassing van leeftijds korting.

Kings Online handelt onrechtmatig jegens de reizigers die Rover vertegenwoordigt en Translink

Kings Online handelt onrechtmatig jegens de reizigers die Rover vertegenwoordigt

- 3.28. Rover vertegenwoordigt in deze procedure als belangenorganisatie de belangen van haar leden, te weten reizigers die gebruikmaken van het OV en daarmee de OV-chipkaart (zie o.a. al. 2.4 e.v. en §5 hierna). De beschreven handelspraktijken van Kings Online richten zich op deze reizigers, die voor een groot deel kwalificeren als consumenten. Op grond van art. 6:193b lid 1 BW handelt Kings Online jegens deze consumenten onrechtmatig, door een handelspraktijk te verrichten die oneerlijk is. Dat het handelen van Kings Online c.s. onrechtmatig is ten opzichte van de reizigers die Rover vertegenwoordigt is dan ook een gegeven.

Kings Online handelt ook onrechtmatig jegens Translink

- 3.29. De Nederlandse wetgeving op het gebied van oneerlijke handelspraktijken is niet rechtstreeks van toepassing tussen twee ondernemingen. Uit vaste rechtspraak blijkt echter dat het handelen in strijd met de regels over oneerlijke handelspraktijken ook onrechtmatig kan zijn ten opzichte van andere ondernemingen, zoals concurrenten, en dat zij, mede op basis van een richtlijnconforme interpretatie van de Nederlandse regels, ook in staat moeten worden gesteld om handhavend op te treden.⁴⁴
- 3.30. De rechtbank Den Haag licht het een en ander in een vonnis van 19 april 2022⁴⁵ helder toe:

“Artikel 6:193b BW maakt onderdeel uit van afdeling 3A van boek 6 van het Burgerlijk Wetboek, welke afdeling sinds 15 oktober 2008 onder de naam Wet oneerlijke handelspraktijken (hierna: Wet OHP) in het wetboek terecht is gekomen. De Wet OHP vormt de implementatie van de Europese richtlijn van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten⁹ (hierna: de Richtlijn OHP), welke richtlijn voorziet in maximale harmonisatie. De wettekst moet richtlijnconform worden uitgelegd. Het toepassingsbereik van de regeling is weliswaar beperkt tot B2C-handelingen, maar dit moet worden onderscheiden van de vraag wie handhavend kan optreden bij niet-naleving van de bepalingen. Uit overweging 8 van de considerans bij de Richtlijn OHP, volgt dat de consumentenbeschermende bepalingen uitdrukkelijk mede een ‘Schutznorm’ ten behoeve van de (wél eerlijk handelende) concurrent, omvat¹⁰:

⁴⁴ Zie specifiek zelfs de volgende voorbeelden van kortgedingprocedures tussen ondernemingen waarin de rechter een misleidende handelspraktijk aannam en beval de misleidende handelspraktijk te staken, gekoppeld aan een dwangsom: Rechtbank Amsterdam 9 mei 2019, - ECLI:NL:RBAMS:2019:3386 (*Monster Energy/VPX*); Rechtbank Midden-Nederland 19 april 2021, - ECLI:NL:RBMNE:2021:1567 (*Audiciëns*); en Rechtbank Den Haag 19 april 2022, ECLI:NL:RBDHA:2022:3596 (*Spyra/DesignNest*). Ook in de literatuur is inmiddels veel over dit onderwerp gepubliceerd. Zie D.W.F. Verkade, *Oneerlijke reclame jegens consumenten* (Mon. BW B49a), Deventer: Wolters Kluwer 2016, nr. 74 en P.G.F.A. Geerts, ‘Ongeoorloofde mededinging’, in P.G.F.A. Geerts & A.M.E. Verschuur (red.), *Kort begrip van het intellectuele eigendomsrecht*, Deventer: Wolters Kluwer 2024, nrs. 744 en 758. Zie ook T. Hartlief e.a., *Verbintenissen uit de wet en Schadevergoeding* (SBR 5), Deventer: Wolters Kluwer 2024, nr. 165e (S.D. Lindenbergh), onder verwijzing naar HvJ EG 23 april 2009, ECLI:EU:C:2009:244, NJ 2009/373 m.nt. M.R. Mok en AB 2009/195 m.nt. R. Ortlep & M.J.M. Verhoeven (*VTB/Total*). Het HvJ EG heeft in dat arrest weliswaar geen uitdrukkelijk oordeel met die strekking gegeven, maar de aan het Hof gestelde vragen waren gerezen in twee Belgische procedures waarin een concurrent staking van een handelspraktijk had gevorderd. Zie verder M.J. Heerma van Voss, ‘Geen enkele reden (meer) om concurrenten een beroep op artikelen 6:193a-j BW te ontzeggen’, *IER* 2017/23, p. 175 e.v. (met verwijzingen naar oudere literatuur in voetnoot 9), M.S.A. Faraj & L.B.A. Tigelaar, ‘Naar een hanteerbare vordering voor een concurrent tegen een ondernemer die zich schuldig maakt aan oneerlijke handelspraktijken’, *TvC* 2018, afl. 6, p. 284 e.v., V. van Druenen & C. Jeloschek, ‘Civielrechtelijke handhaving door concurrenten van de regels over oneerlijke handelspraktijken: nu en in de toekomst’, *Tijdschrift voor Internetrecht* 2020, afl. 2, p. 40 e.v. en L.B.A. Tigelaar & N. Bolt, ‘Het optreden van concurrenten tegen misleidende handelspraktijken. Hoe hebben concurrenten de afgelopen jaren de vordering om op te treden tegen oneerlijke handelspraktijken gehanteerd? Een jurisprudentie-analyse’, *TvC* 2024, afl. 5, p. 285 e.v.

⁴⁵ Rechtbank Den Haag 19 april 2022, ECLI:NL:RBDHA:2022:3596 (*Spyra/DesignNest*), par. 4.22.

“Deze richtlijn beschermt de economische belangen van de consument op rechtstreekse wijze tegen oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten. Daarnaast beschermt zij indirect legitieme ondernemingen tegen concurrenten die de regels in de richtlijn niet in acht nemen; hierdoor is binnen het toepassingsgebied van deze richtlijn een eerlijke concurrentie gewaarborgd”.

In artikel 11 lid 1 Richtlijn OHP is over de handhaving opgenomen:

“De lidstaten zorgen voor de invoering van passende en doeltreffende middelen ter bestrijding van oneerlijke handelspraktijken, zodat de naleving van deze richtlijn in het belang van de consumenten kan worden afgedwongen. Daartoe behoren wettelijke bepalingen op grond waarvan personen of organisaties die volgens de nationale wetgeving een rechtmatig belang hebben bij het bestrijden van oneerlijke handelspraktijken, met inbegrip van de concurrenten: a) in rechte kunnen optreden tegen die oneerlijke handelspraktijken (...).” (onderstreping voorzieningenrechter).

Dit laat geen andere conclusie toe dan dat ook concurrenten, zoals in casu Spyra, gerechtigd zijn om handhavend op te treden bij gestelde overtreding van de Wet OHP¹¹.”

- 3.31. Ook Translink kan dus optreden tegen partijen als Kings Online, die zich bij het aanbieden van OV-chipkaarten schuldig maken aan oneerlijke handelspraktijken. Translink heeft daarbij ook een rechtmatig belang (art. 3:303 BW). Translink is opgericht en heeft tot doel ervoor te zorgen dat er een stabiel, betrouwbaar en goedwerkend elektronisch betaalsysteem beschikbaar is voor het OV. Translink wijst ook op artikel 3 van haar statuten (**Productie 32**), waaruit blijkt dat Translink als vennootschap ten doel heeft *“het komen tot ontwikkeling en implementatie van het elektronische registratie- en betaalsysteem voor het openbaar vervoer in Nederland en al hetgeen tot het vorenstaande behoort of daaraan bevorderlijk kan zijn, een en ander in de ruimste zin des woords (...)”*. Het vertrouwen in de OV-chipkaart wordt ernstig geschaad als partijen zoals Kings Online consumenten bij de aanschaf van OV-chipkaarten op misleidende wijze geld aftroggelen. Dat geldt temeer als daarbij, zoals hier, door middel van bijvoorbeeld kleurgebruik de indruk wordt gewekt dat het gaat om aan Translink verbonden partijen. In hun reviews op Trustpilot stellen consumenten ook regelmatig de vraag hoe het mogelijk is dat dit soort partijen actief zijn (Productie 19). Ook klanten verwachten van Translink dus dat zij zorgt dat dit soort misleiding niet plaatsvindt. Dat onderstreept dat deze handelspraktijken negatief op Translink en OV-chipkaart afstralen. Ook om die reden heeft Translink een evident belang om tegen dit soort handelaren op te treden.
- 3.32. Daarbij komt ook nog het volgende. Wanneer consumenten in het aanvraagproces van een OV-chipkaart op de Translink Website een OV-chipkaart aanvragen, gaan zij op de laatste pagina van het bestelproces akkoord met diverse sets algemene voorwaarden. Zie Productie 17 (Stap 5 (Translink Website) / Stap 3 (Website): controle en overzicht). Het gaat om de Algemene voorwaarden OV-chipkaart en de op het vervoer van toepassing zijnde algemene vervoersvoorwaarden (voor de NS: de AVR-NS, en andere vervoerders: de Algemene voorwaarden stads- en streekvervoer). Daarnaast informeert Translink ook consumenten over de verwerking van persoonsgegevens middels haar privacy statement, op de eerste pagina van het bestelproces. Zie Productie 17 (Stap 1: gegevens). In het bestelproces van Kings Online komen echter zowel de diverse sets algemene voorwaarden als het privacy statement niet voor; enkel de voorwaarden van KingsOnline zelf (zie randnummer 2.39). Daarmee wordt juridische onduidelijkheid gecreëerd over de toepasselijkheid daarvan. Deze onduidelijkheid bestaat niet alleen voor consumenten en de

vervoerders, maar ook voor Translink, die contractspartij is bij de Algemene voorwaarden OV-chipkaart. Ook daarom heeft Translink belang bij toewijzing van de vorderingen.

Het onrechtmatige handelen van [Gedaagde 2]

- 3.33. Ook [Gedaagde 2] handelt onrechtmatig jegens zowel Translink als de reizigers die Rover vertegenwoordigt (art. 6:162 BW). [Gedaagde 2] is niet alleen de enige bestuurder van Kings Online, maar drijft vrijwel zelfstandig de onderneming van Kings Online. Zij geeft daarmee actief leiding aan de oneerlijke en onrechtmatige praktijken van Kings Online. [Gedaagde 2] stuurt daarnaast uit eigen naam berichten vanuit de klantenservice naar consumenten, waarin zij evident misleidende mededelingen doet over (onder andere) de kosten die Kings Online in rekening brengt (“[roepnaam]”, zie klachten 25, 26, 27 en 28 van Productie 21 en al. 3.22 onder h). Zij handelt daarmee zelfstandig in strijd met de maatschappelijke zorgvuldigheid.
- 3.34. Translink c.s. hebben er ook belang bij om daartegen op te treden. Los van dat zij feitelijk bepaalt wat Kings Online doet en zij zelf misleidende mededelingen uit, geldt dat [Gedaagde 2] via Kings Online ook andere soortgelijke diensten aanbiedt (zie al. 2.11). Dit feit, in combinatie met haar centrale rol in de onderneming van Kings Online, maken dat Translink c.s. vermoedens hebben dat indien de vorderingen ten aanzien van Kings Online worden toegewezen [Gedaagde 2] de dienstverlening op de Websites zal voortzetten op een andere website, geëxploiteerd door Kings Online of een andere entiteit. Translink verzoekt daarom uw Voorzieningenrechter haar vorderingen ook ten aanzien van [Gedaagde 2] toe te wijzen.

4. DE VORDERINGEN VAN TRANSLINK C.S. EN HET SPOEDEISEND BELANG

De vorderingen van Translink c.s.

Primair: Algeheel verbod op exploitatie van de Website en soortgelijke websites

- 4.1. Zoals Translink c.s. hiervoor hebben toegelicht, is de handelspraktijk van Kings Online in zijn geheel misleidend (al. 3.22 e.v.). De handelspraktijk van Kings Online is bovendien inherent oneerlijk (al 3.18 e.v.). Ook als Kings Online aanpassingen zou maken aan haar Websites en de vele misleidende elementen weg zou nemen, blijft de kans bestaan dat consumenten daardoor misleid worden (vgl. al. 3.20). Omdat consumenten de dienst van Kings Online nooit zullen afnemen als zij echt transparante informatie ontvangen, zal Kings Online bovendien altijd op of over de grens van misleiding blijven handelen. Dit rechtvaardigt wat Translink c.s. betreft een gebod voor Kings Online c.s. om haar online bemiddelingsdienst met betrekking tot de OV-chipkaart of enige opvolger of vervanger daarvan te staken, of dat nu is in de huidige vorm en via de huidige Websites of via een andere website of entiteit. Dat is dan ook wat Translink c.s. in dit kort geding primair vorderen. Gezien de omzet die Kings Online vermoedelijk genereert met de exploitatie van de Websites (die Translink c.s. schatten op ruim EUR 750.000⁴⁶ sinds mei 2025), dient daaraan wat Translink c.s. betreft een substantiële dwangsomveroordeling te worden verbonden.

Subsidiar: gebod tot het doen van specifieke aanpassingen

⁴⁶ Dit bedrag is gebaseerd op het aantal aanvragen voor OV-Chipkaarten die Translink c.s. heeft ontvangen via Kings Online.

- 4.2. Uitsluitend voor het geval dat uw Voorzieningenrechter zou menen dat een gebod als hiervoor bedoeld niet voor toewijzing in aanmerking komt, verzoeken Translink c.s. subsidiair uw Voorzieningenrechter – kort gezegd – om Kings Online te gebieden om (i) de in alinea 3.22 van deze dagvaarding omschreven oneerlijke handelspraktijken te staken en (ii) op de Websites of enige toekomstige websites voor dezelfde diensten die Kings Online in de toekomst gaat exploiteren voor de bemiddeling bij het aanvragen van OV-chipkaarten of een opvolger daarvan maatregelen te treffen om te voorkomen dat consumenten (desondanks) misleid worden. Concreet gaat het om het opnemen van een voldoende duidelijke en in het oog springende melding waarin informatie wordt verstrekt over de identiteit en dienst van Kings Online en de kosten die daaraan verbonden zijn. Ook hieraan dient, om dezelfde redenen als hiervoor genoemd, een substantiële dwangsomveroordeling te worden verbonden.

Het spoedeisend belang

- 4.3. Het behoeft geen uitgebreide toelichting dat Translink c.s. een spoedeisend belang hebben bij de toewijzing van deze vorderingen. Iedere dag worden er immers consumenten misleid door de handelspraktijken van Kings Online. Dat blijkt ook uit de klachten op Trustpilot in Productie 19, waar meerdere meldingen uit november 2025 op voorkomen. Translink c.s. hebben er dan ook belang bij dat Kings Online op zo kort mogelijke termijn geboden wordt haar oneerlijke handelspraktijken te staken.

5. ONTVANKELIJKHEID ROVER

- 5.1. Rover stelt in deze procedure als vereniging met volledige rechtsbevoegdheid een rechtsvordering in die strekt tot bescherming van gelijksoortige belangen van andere personen, zoals bedoeld in artikel 3:305a BW. Daarmee behartigt zij als vereniging met volledige rechtsbevoegdheid in deze procedure uitsluitend de belangen van haar achterban, reizigers die gebruik maken van het Nederlandse openbaar vervoer. Rover treedt uitdrukkelijk niet op namens Translink die, zoals in al. 3.29 e.v. toegelicht, een eigen materieel belang hebben bij toewijzing van de vorderingen ingesteld in deze procedure. Translink heeft ook een eigen *processueel* belang, bijvoorbeeld om zelf invloed te kunnen uitoefenen op de argumenten die in de procedure worden aangevoerd en niet afhankelijk te zijn van de vraag of Rover de procedure (in alle instanties) voortzet.
- 5.2. De belangen van Translink en Rover lopen echter op dit moment parallel: het waarborgen van vertrouwen van aanvragers van een OV-chipkaart zonder risico op misleiding komt ook alle reizigers die Rover vertegenwoordigt ten goede. Daarom hebben Translink en Rover ervoor gekozen om vanuit het oogpunt van effectiviteit en efficiëntie een gezamenlijke procedure te initiëren tegen Kings Online. Dit is toelaatbaar binnen het collectieve actierecht⁴⁷ en is ook wenselijk vanuit het oogpunt van proceseconomie. Dit geldt ook voor Kings Online; hierdoor wordt zij immers niet geconfronteerd met twee losse procedures waarin zij zich moet verweren, met alle kosten van dien.
- 5.3. Hieronder licht Rover toe dat zij voldoet aan de ontvankelijkheidsvereisten die voor haar als collectieve actievoerder (maar dus niet voor Translink) bestaan. Het gaat daarbij om de beperkte

⁴⁷ Vgl. bijv. hof Den Haag 5 april 2022, ECLI:NL:GHDHA:2022:1316, rov. 3.4.3, waarin het hof in een vergelijkbare situatie twee natuurlijke personen ontvankelijk verklaarde, omdat zij naast een stichting voldoende eigen belang hadden bij de door hen ingestelde vordering.

eisen uit titel 14A Rv, en om de vereisten uit leden 1 en 3 van 3:305a BW, gelet op het toepasselijke verlichte regime ingevolge lid 6 van artikel 3:305a BW. Dat verlichte regime is om twee zelfstandige redenen van toepassing:⁴⁸ (a) vanwege de aard van de vorderingen van Rover, een non-profitorganisatie met ANBI-status die geen commerciële doelen nastreeft en geen financieel belang heeft bij deze procedure, en (b) omdat Rover met de haar vorderingen een ideëel doel nastreeft. Zij wil dat er goed en betaalbaar OV is voor iedereen, zonder het risico op misleiding (zie al. 2.4 e.v.).

Gelijksoortigheid/bundelbaarheid van belangen

- 5.4. De ingestelde vorderingen strekken verder tot bescherming van gelijksoortige belangen van andere personen (art. 3:305a lid 1 BW). De groep personen voor wier belangen Rover in deze procedure opkomt, vormt een voldoende homogene en van andere personen te onderscheiden groep: reizigers die gebruik maken van het Nederlandse openbaar vervoer. Alle OV-reizigers hebben een gedeeld belang: een eenvoudige, laagdrempelige toegang tot het OV, specifiek de mogelijkheid een OV-chipkaart aan te vragen, zonder risico op misleiding. Aan het vereiste van gelijksoortigheid is voldaan omdat de belangen ter bescherming waarvan de rechtsvordering strekt, zich lenen voor bundeling, zodat een efficiënte en effectieve rechtsbescherming ten behoeve van de belanghebbenden kan worden bevorderd. Alle reizigers verkeren immers in dezelfde omstandigheden: wanneer zij op het internet (bijvoorbeeld via een zoekmachine) proberen te zoeken naar mogelijkheden om een OV-chipkaart aan te vragen, kunnen zij allemaal per ongeluk op de Websites belanden, en daarmee misleid worden. Dit risico ligt voor hen allen in vrijwel gelijke mate op de loer.

Statutaire behartiging en representativiteit

- 5.5. Rover behartigt deze gelijksoortige belangen ingevolge haar Statuten, waarvan de relevante onderdelen hierboven (al. 2.5) al zijn toegelicht. Met haar activiteiten behartigt zij de belangen van haar achterban ook feitelijk. Rover is met haar ruim 50 jarige bestaan, wettelijk adviesrecht, kennis en kunde, haar staat van dienst als belangenbehartiger, de gebieden waarop zij zich inzet en waar zij betrokken is/wordt, en overige wijze van opereren ook voldoende representatief om de belangen van haar achterban voldoende te waarborgen. Rover is overigens ook al eerder (onder een voorganger van het huidige artikel 3:305a BW) ontvankelijk verklaard in een collectieve actie.⁴⁹ In het kader van de onderhavige collectieve actie heeft Rover verder het Meldpunt ingericht, waardoor zij honderden meldingen (klachten, maar ook steunverklaringen) ontving (Productie 21). Ook de bijdrage die Rover geleverd heeft aan de aflevering van Kassa die genoemd is in alinea 2.55 toont aan dat zij de genoemde belangen in de praktijk behartigt. Bij Rover sluiten de achterban en de omvang van de vorderingen goed op elkaar aan: Rover vertegenwoordigt alle reizigers die gebruikmaken van het openbaar vervoer, terwijl de vordering ziet op de OV-chipkaart, die relevant is voor al die reizigers.

Geen winstoogmerk en band met de Nederlandse rechtssfeer

- 5.6. Rover voldoet ook aan de ontvankelijkheidseisen van artikel 3:305a lid 3 BW. De bestuurders betrokken bij de oprichting van Rover hebben geen rechtstreeks of middellijk winstoogmerk dat via

⁴⁸ Kamerstukken II 2017/18, 34608, 6, p. 17.

⁴⁹ Rechtbank Zutphen 20 maart 2001, ECLI:NL:RBZUT:2001:AB0613

de rechtspersoon wordt gerealiseerd (art. 3:305a lid 3 sub a BW). De rechtsvorderingen hebben verder een voldoende nauwe band met de Nederlandse rechtssfeer (art. 3:305a lid 3 sub b BW). De vorderingen zien op de bescherming van alle reizigers die van het Nederlandse OV gebruik (willen) maken, waarvan het overgrote merendeel vanzelfsprekend een gewone verblijfsplaats in Nederland heeft. Kings Online heeft eveneens een woonplaats in Nederland en richt zich met de Website op reizigers in Nederland.

Voldoende overleg

- 5.7. Rover heeft in de gegeven omstandigheden tot slot voldoende getracht het gevorderde te bereiken door het voeren van overleg met Kings Online (art. 3:305a lid 3 sub c BW). Translink c.s. verwijzen in dit kader naar alinea 2.57 e.v. hiervoor. Omdat partijen in dit overleg niet gekomen zijn tot een oplossing waarin Translink c.s. zich konden vinden, hebben zij zich genoodzaakt gezien deze procedure aanhangig te maken.
- 5.8. Voor zover uw Voorzieningenrechter zou oordelen dat Rover een rechtsvordering instelt ter bescherming van een belang als bedoeld in artikel 2, eerste lid, van Richtlijn (EU) 2020/1828 (waarnaar art. 3:305a lid 6 BW refereert), voldoet Rover verder ook aan de vereisten van artikel 3:305a lid 2, onderdelen c en d, aanhef en onder 7° en 8° BW. Rover beschikt immers over een algemeen toegankelijke internetpagina waarop een overzicht van de stand van zaken in lopende procedures en de resultaten daarvan staan.⁵⁰ Rover legt als **Productie 3333** een screenshot over van deze internetpagina. Omdat Rover geen bijdrage vraagt van de personen tot bescherming van wier belangen de rechtsvordering strekt, is geen inzicht in de berekening van deze bijdrage vermeld.

Ontvankelijkheidseisen artikel 1018c lid 1 Rv

- 5.9. Op grond van artikel 1018b lid 1 Rv is titel 14A Rv (over collectieve acties en collectieve schadevergoeding) niet van toepassing in kort geding, met uitzondering van artikel 1018c lid 1 Rv. Aan de vereisten van artikel 1018c lid 1 Rv is in deze dagvaarding voldaan. Gezien de aard van de procedure, een kort geding waarin wordt opgekomen voor een ideëel belang, is het onwaarschijnlijk dat andere partijen zich zullen opwerpen als exclusieve belangenbehartiger. Desalniettemin wenst Rover graag als exclusieve belangenbehartiger te worden aangewezen. Verder zal Rover binnen twee dagen na dagvaarding aantekening daarvan laten maken in het centraal register voor collectieve vorderingen als bedoeld in artikel 1018c lid 2 Rv. Rover zendt deze dagvaarding (of een uittreksel daarvan) aan het daartoe bestemde emailadres van de Raad voor de Rechtspraak met het verzoek deze in het register aan te tekenen.

6. BEKENDE VERWEREN KINGS ONLINE C.S.

- 6.1. Kings Online c.s. hebben in de brief van hun advocaat van 2 oktober 2025 en in latere correspondentie uiteengezet waarom zij van mening zijn dat zij zich niet schuldig maken aan oneerlijke handelspraktijk (Productie 28, Productie 29, Productie 30).
- 6.2. Kings Online c.s. stellen daarin, onder meer, dat de dienstverlening van Kings Online toegevoegde waarde heeft. Zo zou Kings Online een pasfotocontrole uitvoeren zodat klanten geen ongeldige of

⁵⁰ Deze internetpagina is te bezoeken via <https://www.rover.nl/doe-mee/juridische-procedure-te-dure-ov-chipkaarten>.

onjuiste foto's kunnen uploaden; een zorgvuldig samengestelde informatieve PDF met uitleg over de voordelen en het juiste gebruik van de OV-chipkaart toesturen; en een e-mailverificatie hanteren via een online tool om de echtheid van adressen te controleren. Het betreft hier echter geen wezenlijke voordelen: de Translink Website biedt immers een gelijke mate van controle over de pasfoto en het e-mailadres. Belangrijker nog: zelfs als hier sprake was van voordelen, dan nemen die niet weg dat de handelspraktijk van Kings Online oneerlijk is, en dat de inhoud van de Websites zowel in hun algemeenheid als op bepaalde specifieke punten misleidend is.

- 6.3. Net zo weinig overtuigend is de stelling van Kings Online c.s. dat *“het aanvraagproces van [Kings Online] sneller [is], eenvoudiger en gestroomlijnder, met minder overbodige vragen, wat de gebruikservaring aanzienlijk verbeterd”*. Zoals in §2 en 3 aan de orde is gekomen, is het bestelproces op de Websites en de Translink Website vrijwel hetzelfde en heeft het voor de consument juist voordelen om de aanvraag te doen via de Translink Website, omdat hij dan functionaliteiten als ‘automatisch opladen’ direct kan activeren. Dat *“[Kings Online] de (...) dienstverlening voortdurend [verbetert] en (...) er continu naar [streeft] om consumenten beter te helpen in hun ervaring met hun OV-chipkaart, onder meer door helderdere informatievoorziening, extra diensten en snellere communicatiekanalen”*, zoals Kings Online in haar correspondentie stelt, blijkt verder nergens uit.
- 6.4. Ook het feit dat Kings Online haar website in meerdere vreemde talen aanbiedt, zoals het Arabisch en het Pools, maakt niet dat van een oneerlijke handelspraktijk geen sprake is. Sterker nog, dit laat alleen maar zien dat Kings Online kennelijk misbruikt maakt en profiteert van het feit dat bepaalde consumenten de Nederlandse taal (nog) niet machtig zijn. Voor consumenten die wel Nederlands spreken – wat te zien aan de grote hoeveelheid klachten en meldingen van Nederlandse consumenten waarschijnlijk het overgrote deel is van de klanten van Kings Online – biedt dit bovendien geen enkel voordeel.
- 6.5. Het verweer van Kings Online dat zij klanten voldoende informeert over de gehanteerde prijs, bijvoorbeeld in AV waar mee de gebruiker expliciet voorafgaand aan de afronding van de bestelling akkoord gaat, slaagt evenmin. Dergelijke informatieverstrekking is niet voldoende duidelijk of in het oog springend. Hetzelfde geldt voor informatie op een factuur achteraf. Die informatie komt bovendien te laat, namelijk als de consument al een overeenkomst heeft gesloten met Kings Online en daar niet meer vanaf kan. Uit meerdere klachten (klachten 13, 16, 21 en 26 overlegd als Productie 21) blijkt immers dat Kings Online weigert mee te werken met het herroepen van bestellingen, zelfs wanneer een dergelijk herroeping binnen enkele minuten (!) na het plaatsen van de bestelling plaatsvindt. Even ongeloofwaardig is dan ook het volgende: *“Cliënte verstrekt soms refunds uit coulance, bijvoorbeeld wanneer blijkt dat een aanvrager minderjarig is of wanneer er andere bijzondere omstandigheden spelen. Dit toont aan dat cliënte op zorgvuldige wijze omgaat met consumentenbelangen.”*. Een coulanceregeling – waarbij (alleen) bepaalde consumenten die klagen worden gecompenseerd – maakt bovendien niet dat een oneerlijke handelspraktijk ineens niet meer oneerlijk is.
- 6.6. Tot slot vergelijkt Kings Online haar rol met *“een dropshipping-constructie, een volkomen gangbare en legale handelspraktijk waarbij een tussenpersoon waarde toevoegt door klantcontact, service, gebruikerservaring en marketing, terwijl het product zelf door een derde partij wordt geleverd. De dienstverlening van [Kings Online] valt binnen datzelfde economische model.”*. Nog daargelaten dat het bij Kings Online gaat om een bemiddelingsdienst in plaats van dropshipping, en dat de ACM ook

regelmatig voor de praktijken van dropshippers waarschuwt,⁵¹ mogen ook dropshippers geen consumenten misleiden.

7. BEVOEGDHEID VOORZIENINGENRECHTER

- 7.1. De woonplaats van Kings Online is Almere, omdat haar statutaire zetel daar gevestigd is. Gelet op artikel 99 Rv, het toepasselijke zaaksverdelingsreglement en de daarbij behorende nadere regels is uw Voorzieningenrechter dan ook bevoegd om kennis te nemen van het onderhavige geschil. Gelet op artikel 107 Rv geldt deze bevoegdheid ook ten aanzien van het geschil tussen Translink c.s. en [Gedaagde 2]. Translink c.s. kiezen ervoor om deze procedure aanhangig te maken bij de rechtbank Midden-Nederland, mede omdat zij niet bekend zijn met de woonplaats van [Gedaagde 2].

8. BEWIJS

- 8.1. Ter onderbouwing van haar stellingen verwijzen Translink c.s. naar de in deze dagvaarding genoemde producties. Zonder overigens onverplicht enige bewijslast op zich te nemen en voor zover dit kort geding daar ruimte voor geeft, bieden Translink c.s. daarnaast aan hun stellingen verder te bewijzen door alle middelen rechtens, waaronder het horen van getuigen.

OM DEZE REDENEN

Het uw Voorzieningenrechter behage om bij vonnis, voor zover mogelijk uitvoerbaar bij voorraad:

Primair

1. Kings Online te gebieden de exploitatie van de Websites per direct, althans binnen twee (2) dagen na betekening van het vonnis, te staken en gestaakt te houden; en
2. Kings Online en [Gedaagde 2] te gebieden zich te onthouden van de directe of indirecte exploitatie van enige website waarop bemiddelingsdiensten met betrekking tot de aanvraag van OV-chipkaarten of enige opvolger of vervanger daarvan worden aangeboden, via de vennootschap Kings Online of enige vennootschap waarvan zij (direct of indirect) aandeelhouder of bestuurder zijn, waarin zij (direct of indirect) enig belang hebben en/of waarbij zij (direct of indirect) op enigerlei andere wijze betrokken zijn;

Subsidiair

3. Kings Online te gebieden binnen twee (2) dagen na betekening van het in dit kort geding te wijzen vonnis:
 - a. de in alinea 3.22 van deze dagvaarding beschreven misleidende handelspraktijken te staken;
 - b. in al haar (betaalde en onbetaalde) vermeldingen in Google, op de homepage van de Websites, én op de eerste pagina van het bestelproces van de Websites de volgende tekst toe te voegen, op een duidelijke en in het oog springende wijze, in een goed leesbaar lettertype met dezelfde grootte en kleur als het grootste gebruikte lettertype op die pagina:

⁵¹ <https://www.consuwijzer.nl/online-winkelen/dropshipping-check-goed-waar-je-bestelt> en <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-waarschuwt-voor-dropshipper-berkenboschmodecom>

“Wij zijn een niet aan Translink gelieerde online bemiddelaar, die tegen betaling van een extra bedrag van EUR [invullen: het door Kings Online gehanteerde tarief] (bovenop de adviesprijs van EUR 7,50) een OV-chipkaart voor u aanvraagt bij Translink, de uitgever daarvan.”, of een tekst van soortgelijke strekking die is aangepast op de op dat moment geldende situatie (bijvoorbeeld omdat een vervangend reisproduct is ingevoerd en/of de adviesprijs is aangepast); en

c. alle pagina's van de Websites aan te passen zodat de kleuren geel, blauw en roze daarop niet meer voorkomen, anders dan op ondergeschikte punten; althans andere in goede justitie te bepalen wijzigingen aan de Websites door te voeren; en

4. Kings Online c.s. te gebieden om, indien zij in de toekomst enige website waarop bemiddelingsdiensten met betrekking tot de aanvraag van OV-chipkaarten of enige opvolger daarvan worden aangeboden gaan exploiteren, aan de onder 3 genoemde eisen te voldoen;

Primair en subsidiair

5. Kings Online c.s. hoofdelijk te veroordelen tot betaling van een dwangsom van EUR 50.000,- voor iedere dag (een gedeelte van een dag daaronder begrepen) dat Kings Online of [Gedaagde 2] na betekening van het vonnis niet voldoen aan één of meer van de onder 1, 2, 3 en 4 genoemde veroordelingen, met een maximum van EUR 1.000.000,-, althans een door uw Voorzieningenrechter in goede justitie vast te stellen dwangsom; en

Kings Online c.s. te veroordelen in de kosten van dit geding, plus de nakosten ten bedrage van respectievelijk EUR 178 zonder betekening en EUR 270 in geval van betekening en – voor het geval voldoening van de (na)kosten niet binnen die termijn plaatsvindt – te vermeerderen met de wettelijke rente over de (na)kosten te rekenen vanaf veertien dagen na dagtekening van het vonnis.

De kosten dezes zijn voor mij, deurwaarder, EUR *

Deze zaak wordt behandeld door mrs. V. van Druenen en R.H.G. van Schaik van Kennedy Van der Laan N.V., postbus 58188 te (1040 HD) Amsterdam, telefoon 020 – 5506 688, fax 020 – 5506 788, e-mail: Veerle.van.Druenen@kvdl.com.

PRODUCTIES

Productie 1	Uittreksel uit het KvK van Translink
Productie 2	Screenshot van de homepage van www.translink.nl
Productie 3	Uittreksel uit het KvK van de Coöperatie
Productie 4	Statuten van de Coöperatie
Productie 5	Uittreksel uit het KvK van Rover
Productie 6	Screenshots van de website van Rover, bereikbaar via https://www.rover.nl/vereniging/wat-willen-wij
Productie 7	Statuten van Rover
Productie 8	Uittreksel uit het KvK van Kings Online
Productie 9	Screenshots van de website bereikbaar via www.uitreksel-online.nl
Productie 10	Handelsregisterhistorie van Kings Online
Productie 11	Uittreksel uit het KvK van '[vennootschap]
Productie 12	Screenshots van de Websites d.d. 24 november 2025
Productie 13	Vergelijking tussen de Websites
Productie 14	Screenshots gesponsorde zoekresultaten van de Websites in Google
Productie 15	Vergelijking van screenshots van de homepage van de Websites voor en na overleg tussen advocaten
Productie 16	Algemene Voorwaarden van Kings Online
Productie 17	Vergelijking tussen de Websites en de Translink Website
Productie 18	Screenshot van de telefoon van een consument geconfronteerd met de doorgifte van het e-mailadres van Kings Online aan Translink
Productie 19	Screenshots met klachten over de Websites op Trustpilot
Productie 20	Screenshots van het Meldpunt op de website van Rover, bereikbaar via https://doemee.rover.nl/meldpunt-teveel-betaald-voor-ov-chipkaart/
Productie 21	Overzicht van klachten ontvangen via het Meldpunt, met mailcorrespondentie tussen klagers en Kings Online
Productie 22	Nieuwberichten over de praktijken van Kings Online en soortgelijke partijen
Productie 23	Artikel van Kassa d.d. 4 oktober 2025
Productie 24	Screenshots waarop de Websites offline zijn
Productie 25	Nieuwsberichten over problematiek van onnodige bemiddelingsdiensten
Productie 26	Sommatiebrief van Translink c.s. d.d. 26 september 2025

Productie 27	Betekeningsexploit en bevestiging bezorging per aangetekende post
Productie 28	Brief van Kings Online d.d. 2 oktober 2025
Productie 29	Correspondentie tussen Kings Online c.s. en Translink c.s. in oktober en november 2025
Productie 30	E-mails d.d. 14 – 27 november 2025 tussen de advocaten van Kings Online c.s. en Translink c.s. met oplossingsvoorstel van Kings Online c.s., verzoek om verhinderdata, en keuze betekenisadres Kings Online c.s.
Productie 31	Screenshots van de homepages van de Websites, de NS Website en de Translink Website
Productie 32	Statuten Translink
Productie 33	Webpagina Rover met de stand van zaken in lopende procedures