



Jacques Timmers Consulting

Praktijkervaring – Productrisico, Aansprakelijkheid en Recall

Jacques Timmers Consulting

T: +31 (0)6 2471 6388

E: timmers@product-liability-recall.com

W: product-liability-recall.com

Product-gerelateerde risico's

Het komt altijd onverwacht, ook bij de meest zorgvuldige ondernemers: een claim van een consument als gevolg van een gebrekkig product, of de verplichting om producten uit de markt terug te roepen. Dan sta je dus opeens voor een uitdaging. Je krijgt niet alleen met je consumenten te maken, maar voordat je het weet moet je ook met aan de slag met retailers, toezichthoudende autoriteiten, toeleveranciers, verzekeraars, advocaten, logistiek en adviseurs op gebied van communicatie en reputatiemanagement.

Ook in de eigen organisatie raakt zo'n kwestie iedereen: verkoop, klantenservice, productie, techniek, kwaliteitsmanagement, inkoop, pers/public relations, financiële zaken, planning, en anderen.

Als verantwoordelijke voor het risicomanagement wil je dan overzicht over de situatie krijgen. Begrijpen (het liefst van tevoren) wat dit in de praktijk betekent. Welke onverwachte zaken op je af kunnen komen.



Sparringpartner

Een sparringpartner met ervaring kan hierin veel toevoegen. Mijn naam is Jacques Timmers. Mijn inbreng is 40+ jaar praktijkervaring, die ik deel met ondernemers. Door een paar uur met de bedrijfsleiding te klankborden, of door mee te draaien in een team dat een terugroepactie moet managen. Ik lever ook input bij het opstellen van recall-plannen, en scenario's voor simulatie-testen van bestaande draaiboeken.

Achtergrond

Vanaf 1980 ben ik werkzaam geweest op het gebied van (product-)aansprakelijkheid, grote claims (vaak internationaal) en terugroepacties. Eerst bij Zurich, een wereldwijde verzekeraar, daarna bij Marsh Risk Consulting BV, en sinds 2018 als partner in een onderneming op het gebied van export vanuit Europa naar Azië en advisering op het gebied van product-gerelateerde risico's in de supply chain.

In al die jaren heb ik bedrijven mogen helpen in situaties (claims, recalls) waar niet alleen grote financiële belangen op het spel stonden maar ook de reputatie van merken en de bedrijfscontinuïteit onder druk kwamen te staan, zowel bij MKB-ondernemers als grote multinationals.

Samen optrekken met cliënten als het er echt op aankomt is het mooiste aspect in dit vak. Kijken, luisteren, analyseren, breder denken dan de beperkingen van een verzekeringspolis of contracttekst. Intensief samenwerken met disciplines binnen en buiten de organisatie, die erbij te pas komen als een probleem opgelost moet worden. Oplossingen en strategieën uitwerken waarmee bedrijven verder kunnen. Meedraaien in de crisisteams van cliënten. Het omzetten van “learned lessons” uit een product recall of grote aansprakelijkheidsclaim naar een hoger niveau van besluitvaardigheid en weerbaarheid.

Omdat elke kwestie uniek en uitdagend is, blijf ik mijn praktijkervaring heel graag delen met bedrijven.

Curriculum Vitae

Een gedetailleerd CV is te vinden op de website.

Onafhankelijkheid

Ik vervul mijn diensten voor ondernemers op onafhankelijke basis. Mijn expliciete keuze is, om hiernaast geen andere diensten (verzekeringen, juridische of financiële advisering) aan te bieden. Ik zie dit als een voorwaarde om echt een partner voor de ondernemer te zijn, zonder andere belangen of verkoopdoelen.

Maximale flexibiliteit

Door die onafhankelijkheid kan ik mij volledig aanpassen aan bij de specifieke behoefte van de cliënt. Er geldt geen minimum voor de projectomvang, en ik werk niet met vooraf vastliggende serviceconcepten.

Als een ochtend klankborden en “praktijkervaring tanken” voor een cliënt voldoende is om het verder zelf op te pakken, dan is dat prima. Mocht op een later tijdstip alsnog een vraag ontstaan of meer begeleiding gewenst worden, dan kan dat vanzelfsprekend ook.

Ik kan mijn ervaring ook inbrengen door deel te nemen in een recall-team, of in een project om beter op claims en recalls voorbereid te zijn, eveneens met maximale flexibiliteit. Aanschuiven en meedenken op momenten dat dit gewenst wordt, bijvoorbeeld om plannen en besluiten van een kritische blik voorzien.

Door uitdagende vragen op te werpen op basis van dingen die in de praktijk gebeuren, help ik cliënten alerter te zijn op het onverwachte: op scenario's en hindernissen die soms over het hoofd worden gezien.

Praktijk vs. Theorie

Om te illustreren hoe ervaringen uit de Praktijk kunnen helpen om de Theorie aan te vullen en het vallen van gaten in de weerbaarheid te voorkomen, volgen hieronder enkele voorbeelden.

Van consumentenklacht tot massaclaim: Elk bedrijf dat producten of diensten aan consumenten levert krijgt vroeg of laat wel te maken met een klagende klant. Als een klacht niet adequaat wordt opgepakt en geregistreerd, ontstaan vanzelf een aantal risico's die u deels zelf ook kunt bedenken, maar voor een ander deel pas later een impact hebben. Achter een klacht over het product of de dienst kan een situatie liggen die tot een schadeclaim leidt. En als dit scenario structureel blijkt, dan kan dit uitgroeien tot een massaclaim, waartoe de wet nu volop mogelijkheden biedt. Dit is niet in alle gevallen te voorkomen, maar het te laat onderkennen hiervan zorgt er wel voor dat je als onderneming zodanig verrast kan worden, dat je stuurloos overkomt als het in de pers komt. In de praktijk hebben zich dan in de organisatie al de nodige dilemma's voorgedaan ("wat moeten we hiermee?"). Je wilt natuurlijk ook weer niet de indruk geven dat je een te gemakkelijk doelwit bent voor allerlei valse claims en beweringen.

Dus hoe houd je hier grip op? Wat zijn de instructies in de organisatie, bijvoorbeeld op het gebied van intern schakelen, het soort onderzoek, afstemming stroomopwaarts in de leveringsketen, of tijdig informeren van de verzekeraar? Wat dat laatste betreft, als bij verlenging of een overstap verwijtbaar niet wordt gemeld wat er speelt, dan kan dit zomaar tot extra problemen leiden. Hoe gaan anderen hiermee om? Wat leert de praktijk? Hoe doseer je, en schakel je zo nodig op?

Controle verliezen: Een onderschatte klacht, een niet serieus genomen claim, een niet intern door-gecommuniceerd probleem, het ontbreken of niet bij iedereen bekend zijn van interne instructies... Deze oorzaken kunnen er allemaal toe leiden, dat bijvoorbeeld de NVWA niet van de ondernemer, maar van klagende consumenten te horen krijgt dat er met een product iets mis is. Nog afgezien van speculaties die de buitenwereld er al gauw erbij haalt (“onder het tapijt vegen”), helpt dit niet om een constructieve interactie met de betreffende dienst op te bouwen, en tijd te krijgen om vast te stellen hoe omvangrijk een eventuele correctieve actie moet zijn. Laat staan dat je dan al een plan kunt presenteren.

Mogelijk gevolg: het kan zomaar zijn dat de dienst een allesomvattende terugroepactie oplegt, die veel beperkter had kunnen blijven als je eerder meer had geweten over ernst en frequentie van het (beweerde) gebrek in het product.

Waar is het intern misgegaan? Wat kun je meer doen om de gevolgen te beperken en je reputatie te beschermen? Hoe heeft het bij andere producten of bedrijven uitgepakt en waarom liep het daar anders? Als er interne procedures waren, liepen die vast, of gingen ze teveel uit van bepaalde scenario's die in de praktijk soms heel anders werken?

Gelukkig(?) ontzorgd: Een terugroepactie is een grote, ongebruikelijke en ongeplande logistieke operatie. Producten moeten teruggebracht en opgeslagen worden, eventueel gesorteerd en een deel moet vernietigd worden. Natuurlijk zijn er ondernemers die daarop inspelen en gelukkig zijn de meeste betrouwbaar. Maar niet allemaal. Een goed uitgevoerde terugroepactie levert meestal niet al te veel reputatieschade op, en slechts voor een korte duur.

Maar wat als iedereen kan zien en horen dat de teruggeroepen producten dankzij een onbetrouwbare snippenschieter weer terug op de markt kwamen? Hoe had dit kunnen worden voorkomen? Waarom lag er geen plan klaar dat hiermee rekening hield? Waarom is blind gevaren op beloftes van obscure “dienstverleners”, die zichzelf gewoonlijk al opgedoekt hebben tegen de tijd dat de extra schade hierdoor duidelijk wordt? Was het niet beter geweest als zulke dienstverleners gescreend en geselecteerd waren, al vóórdat er iets aan de hand was?



*Niemand zal ooit weten hoeveel van dit afval bestaat uit teruggeroepen producten.
Foto: USEPA Environmental-Protection-Agency - Municipal recycling facilities,
Montgomery County, MD. 2007, Credit USEPA – publiek domein*

Laaghangend fruit: Het is volkomen logisch dat je als ondernemer niet al je producten direct al gaat terugroepen na een eerste klacht die nog niet eens is onderzocht. Maar als onderdeel van een gezond risicomanagement moet op dat moment al standaard de vraag gesteld worden: “wat zijn de mogelijke gevolgen als deze klacht terecht blijkt te zijn?”. Het kan zijn dat een paar dagen nodig zijn om dat vast te stellen. Stel nu dat het risico van letsel, bijvoorbeeld bij kinderen, groot is als het gemelde gebrek wordt bevestigd.

Een eerste onmiddellijke actie zou kunnen zijn om het betreffende artikel bij alle verkooppunten tijdelijk te isoleren: voorlopig uit de rekken, en blokkeren in de kassasystemen totdat de klacht bevestigd is (en verdere actie nodig is) of het product weer kan worden vrijgegeven. Als je dit direct aanpakt, tegelijkertijd melding bij de NVWA doet, en aangeeft dat je bijvoorbeeld in enkele dagen duidelijkheid kunt bieden, dan kan vaak in goed overleg worden afgestemd wat de komende dagen realistisch is, en denkt de inspectie mee.

Kleine webwinkels: In de laatste – pakweg – vijf tot tien jaar zijn er ontelbare kleine webshops opgedoken, die soms vanuit de huiskamer werken met producten die zij voor een grijpstuiver op de bekende Chinese platforms hebben ingekocht. Van cosmetica tot voedingssupplementen, en van elektronica tot babykleertjes. Het is niet de bedoeling om stereotypen te bevestigen, maar je kunt je voorstellen wat er gebeurt als zulke producten gebrekkig en soms ook gevaarlijk zijn.

Wie gaat dan een terugroepactie doen? Sinds kort zijn hier een aantal dingen over geregeld in de nieuwe GPSR-regelgeving van de EU, maar wordt daarmee alles afgevangen? Niet dus. Als de betreffende webshop eerst garanties op vergoeding van de productwaarde en kosten van de recall wil hebben van de leverancier ergens ver buiten de EU, dan bestaat het risico dat een terugroep veel te laat of helemaal niet plaatsvindt, met alle gevolgen voor de consumenten die de artikelen intussen in huis hebben. Wat kunnen die kleine ondernemers doen?



Voedingsmiddelensupplementen en vitamines, veelal van buiten de EU, behoren tot de niet altijd onschuldige favorieten van kleine webshops en influencers. Afbeelding: Vecteezy license.

Het allerbelangrijkste is natuurlijk dat de betreffende consumenten gewaarschuwd worden, en daarin levert deze webshop-business dan wel weer een klein voordeel op: de contactgegevens van die mensen zijn waarschijnlijk bekend. Ook zulke kleine ondernemers hebben er baat bij in elk geval voorbereid te zijn en zo mogelijk hun klanten (en zichzelf!) te beschermen voor dit soort scenario's, waarbij voorbeelden uit de praktijk hen gericht aan het denken kunnen zetten.

Organisatie- en managementwijzigingen: Grote organisaties, en met name die, welke producten voor consumenten op de markt brengen, hebben vaak al recall-plannen op de plank liggen, en dat is uiteraard positief. Als het goed is zijn intern alle afdelingen, die mogelijk bij een productprobleem in actie moeten komen, van die plannen op de hoogte. Nog beter is het, als die plannen regelmatig worden geoefend, bijvoorbeeld door simulatie-sessies. De punten waarop zo'n plan kan vastlopen (en dat zijn er nogal wat) worden hierdoor vaak wel duidelijk, en de plannen kunnen dan situationeel aanpasbaar gemaakt worden. Allemaal prima, zolang de organisatie stabiel is.

Als er een organisatiewijziging is, zoals een nieuw overgenomen dochterbedrijf of een structurele verandering van het management team, dan hoop je maar dat een dergelijk goed geïmplementeerd plan direct ook al bij die nieuwe dochter of bij het nieuwe management op het netvlies staat. In de weerbarstige praktijk is dit – voorzichtig gezegd – niet altijd het geval. Sterker nog, soms is het nieuwe management helemaal niet van die plannen op de hoogte. Men probeert, als zich dan iets voordoet, snel het wiel opnieuw uit te vinden – onder de druk van een dreigende crisis.

Juist in die situaties (organisatorische wijzigingen, nieuwe dochter- of moederbedrijven) is het van het grootste belang om al dat werk dat al gedaan is, en werkbare plannen die er al liggen, opnieuw bekend te maken, organisatie-breed te actualiseren, in te passen in de nieuwe bedrijfscultuur, en iedereen opnieuw – of alsnog – bij simulatiesessies te betrekken.

Natuurlijk zijn dit slechts een aantal voorbeelden van situaties die zich in de praktijk voordoen, ook als zaken in theorie goed voor elkaar lijken te zijn. De praktijk blijkt nog steeds de beste leermeester.



Nu terugroepacties tegenwoordig aan de orde van de dag zijn, en veel bedrijven zich een roepende in de woestijn voelen als de respons weer eens tegenvalt, is dit misschien wel een idee. Er zit in elk geval een filosofie achter... Foto (2021) en bewerking (2025) Jacques Timmers.

Tarief

De kosten blijven beperkt dankzij geringe overhead en het feit dat cliënten mijn inbreng gericht kunnen inzetten, waar en wanneer die praktijkkennis waarde toevoegt. Maximale flexibiliteit voor de cliënt, waarbij bovendien geen minimum aantal uren per opdracht geldt.

- Uurtarief bij werk vanuit kantoor (of extra uren boven dagdeel/hele dag): € 80,00 excl. BTW
- Dagdeel tot max. 3,5 uur op locatie bij cliënt of elders in Nederland: € 270,00 excl. BTW.
- Hele dag tot max. 8 uur op locatie bij cliënt of elders in Nederland: € 520,00 excl. BTW.
- Reistijd in Nederland: max. 2 uur per dag is inbegrepen, meerdere reistijd o.b.v. uurtarief.
- Reiskosten binnen Nederland € 0,55 excl. BTW per kilometer (basis: snelste route).

Eventuele stand-by uren, buitenlandse reistijd, reis- en verblijfskosten naar/van/in locaties buiten Nederland, en de verblijfskosten bij meerdaags bezoek in Nederland, worden per specifieke opdracht overeengekomen.

Bovenstaande tarieven gelden tot en met 30 juni 2026. De tarieven kunnen daarna worden aangepast op basis van inflatie en overige algemene prijswijzigingen.

Integriteit

Onafhankelijkheid betekent dat ik geen directe of indirecte financiële belangen heb in – of met – andere dienstverleners, zoals verzekeraars, advocaten- of accountantskantoren. Ik verkoop hun diensten niet en bemiddel daar ook niet in. Bij elke opdracht is er slechts één partij met wie ik zaken doe: de cliënt zelf.

Door cliënt verstrekte informatie wordt altijd als vertrouwelijk beschouwd en wordt niet met derden gedeeld, behalve op uitdrukkelijk verzoek van de cliënt, of indien dit door de wet of door rechterlijke uitspraak afgedwongen wordt. Die vertrouwelijkheid geldt ook voor de informatie bij het eerste contact.

Transparantie over diensten die ik wel of niet kan aanbieden staat hoog in het vaandel. Als voor bepaalde aspecten of adviezen andere dienstverleners noodzakelijk zijn, dan meld ik dit onmiddellijk.

Onder uitzonderlijke omstandigheden zal ik een opdracht moeten weigeren of tussentijds beëindigen:

- als aan het begin of tussentijds blijkt dat ik in dezelfde kwestie reeds verbonden ben aan een andere cliënt, of dat op enige andere wijze strijdige belangen zouden kunnen ontstaan;
- als een cliënt werkzaamheden of rapportages vraagt die ik voor mijzelf niet kan verantwoorden, of voor de integriteit waarvan ik niet kan instaan;
- als een cliënt vraagt om advies op gebieden waarvan ik weet of vermoed niet voldoende deskundig te zijn, of waarvoor wet- of regelgeving (bijv. wat betreft vergunningen) geldt waaraan ik niet voldoe;
- bij een op redelijke gronden gebaseerd vermoeden, dat een cliënt zich niet aan diens verplichtingen uit de overeenkomst zal (kunnen) houden.

Algemene Voorwaarden en Privacy

Op alle aanbiedingen en opdrachten zijn Algemene Voorwaarden en ons Privacy-beleid van toepassing, die op de laatste pagina's van deze brochure (en via een link op de website) integraal zijn weergegeven. Bij het verzoek om een offerte of de verstrekking van een opdracht gaat de cliënt met de toepassing hiervan akkoord.

Het Privacy-beleid is zo klantvriendelijk mogelijk gehouden. Wij maken slechts gebruik van cookies die voor de uitvoering van onze werkzaamheden noodzakelijk zijn, en slaan geen persoonlijke informatie op, anders dan de contactgegevens van de personen met wie in het kader van offerteverzoeken, inkopen, opdrachten en andere normale zakelijke activiteiten gecommuniceerd wordt. Wel brengen wij twee maal per jaar een nieuwsbrief uit, die aan contactpersonen en bedrijven (op basis van functie, zoals risk- of kwaliteitsmanager) wordt verstuurd. Afmelden kan eenvoudig en onmiddellijk, per telefoon of e-mail.

De e-mail en website hosting wordt verzorgd door Hostnet B.V., met wie een verwerkingsovereenkomst is afgesloten op basis van uitsluitend de opslag van gegevens die functioneel noodzakelijk zijn. Het enige gebruikte e-mail adres is timmers@product-liability-recall.com. E-mails van andere adressen zijn niet van mij afkomstig, ook niet als die suggestie wordt gewekt door middel van misbruik van mijn naam, logo of andere kenmerken. De domeinnamen product-liability-recall.com, product-liability-recall.nl, product-liability-recall.be en website product-liability-recall.com zijn bij ons in gebruik. Elke andere hierop lijkende domeinnaam of website valt buiten onze verantwoordelijkheid. Het gebruik van de website betekent dat u akkoord gaat met het (hieronder en op de website te lezen) privacy-beleid.