

## Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

### 2940

Vragen van het lid **Braakhuis** (GroenLinks) aan de minister van Economische Zaken over *het instellen van een «Geen gezeur aan mijn deur register»* (ingezonden 8 juli 2010).

Antwoord van minister **Van der Hoeven** (Economische Zaken) (ontvangen 16 juli 2010).

#### Vraag 1

Heeft u kennis kunnen nemen van het door CentERdata uitgebrachte rapport «Monitor Direct Marketing, Consumentenonderzoek naar telemarketing en colportage»?<sup>1</sup>

#### Antwoord 1

Ja.

#### Vraag 2

Wat is uw reactie op de conclusie dat 62,6 procent van de Nederlanders zich kan vinden in het instellen van een «Bel-niet-aan register»?

#### Antwoord 2

Ik kan begrijpen dat er consumenten zijn die het vervelend vinden als er commerciële verkopers of vertegenwoordigers van goede doelen aan de deur hun diensten of producten aanbieden. Colportage is echter een legitieme verkoopmethode en is door wet- en regelgeving met waarborgen omkleed. Het instellen van een Bel-niet-aan-register is naar mijn mening een te ver gaande beperking voor marktpartijen om in contact te komen met consumenten. Vanzelfsprekend moet colportage wel op een zorgvuldige manier plaatsvinden. De Wet oneerlijke handelspraktijken en de Colportagewet stellen daarom eisen aan de verkoop via colportage. Zo heeft de consument onder andere recht op een bedenktijd van acht dagen, die aanvangt op de dag nadat de consument de door zowel hem als de colporteur ondertekende overeenkomst heeft ontvangen. Uit het in de eerste vraag genoemde onderzoek blijkt dat veel (71,6%) Nederlandse consumenten goed op de hoogte zijn van deze bedenktijd. Ook is bijna één op de drie Nederlanders, 3 maanden na de start van de voorlichtingscampagne, al bekend met (het bestaan van) de Deurwijzer, die door de Consumentenautoriteit is ontwikkeld en gratis is te downloaden via [www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl). Met de

<sup>1</sup> <http://feweb.uvt.nl/pdf/2010/rapportcolportage.pdf>

Deurwijzer kunnen consumenten op een eenvoudige manier kennisnemen van hun rechten bij colportage en zich zo nodig kritisch opstellen tegenover colporteurs.

Vraag 3, 4 en 5

Deelt u de mening dat deze mensen de keuze zouden moeten hebben om zich in een «Bel-niet-aan-register» te laten registreren?

Staat u nog steeds negatief tegenover invoering van een dergelijk register<sup>2</sup> in verband met de handhaafbaarheid ervan? Zo ja, waarom is een «Bel-niet-aan-register» volgens u lastiger te handhaven dan een «Bel-me-niet-register»?

Deelt u de mening dat een «Bel-niet-aan-register» op vergelijkbare wijze te handhaven zou zijn als het «Bel-me-niet-register», namelijk door consumenten, die zich in het register hebben laten registreren, de mogelijkheid te geven om een klacht in te dienen als ze toch colporteurs aan de deur krijgen?

Antwoord 3, 4 en 5

Ik ben geen voorstander van een wettelijk Bel-niet-aan-register. Colportage is een verkoopmethode waartegen consumenten zich zo nodig kunnen weren. Enerzijds door gebruik te maken van de informatie van de Deurwijzer van de Consumentenautoriteit, anderzijds door gebruik te maken van de diverse soorten «ik koop niet aan de deur stickers» die door verschillende organisaties op de markt zijn gebracht en die consumenten op hun voordeur kunnen bevestigen. Ik heb geen aanwijzingen dat dergelijke stickers niet worden nageleefd door colporteurs. Een Bel-niet-aan-register zal bovendien, wellicht onbedoeld, negatieve gevolgen hebben voor de vele honderden regionale en lokale goede doelenorganisaties die, anders dan grote goede doelenorganisaties die gebruik kunnen maken van andere wervingskanalen zoals telemarketing, afhankelijk zijn van contacten aan de voordeur. Het Instituut voor Sponsoring en Fondsenwerving (ISF) wijst daar ook op.

Verder is het de vraag in hoeverre een wettelijk Bel-niet-aan-register niet in strijd zal zijn met de Dienstenrichtlijn (richtlijn 2006/123/EG). Het verrichten van colportagewerkzaamheden aan de hand van een Bel-niet-aan-register zal immers betekenen dat er eisen gesteld worden aan buitenlandse dienstverleners die in Nederland hun diensten willen uitoefenen. Dergelijke eisen zijn alleen toegestaan op grond van de bescherming van de openbare orde, openbare veiligheid, volksgezondheid of het milieu. Een dergelijke beschermingsgrond kan niet worden aangevoerd ter rechtvaardiging van een Bel-niet-aan-register, waardoor geconcludeerd moet worden dat een dergelijk register gezien zal worden als een ontoelaatbare belemmering van het vrije verkeer van diensten. Het verschil met het Bel-me-niet-register ligt hierin dat het Bel-me-niet-register is toegestaan onder de Europese privacyrichtlijn elektronische communicatiediensten (Richtlijn 2002/58/EG). Wanneer een maatregel door specifieke andere Europese regelgeving is toegestaan, kan er geen sprake zijn van strijdigheid met de Dienstenrichtlijn.

Wat betreft de handhaafbaarheid van een Bel-niet-aan-register merk ik op dat een consument dan wel een klacht kan indienen als er ondanks een registratie bij hem wordt aangebeld, maar dat het lastig is om vervolgens te *bewijzen* dat er bij die geregistreerde persoon is aangebeld. Dit is anders bij het Bel-me-niet-register. Daar is het eenvoudiger te bewijzen dat er ondanks een registratie toch een poging tot telemarketing is gedaan, doordat door middel van de techniek kan worden vastgelegd wie wanneer naar welk nummer heeft gebeld.

Dit alles laat echter onverlet dat ik iedere vorm van agressieve en/of misleidende verkoop afkeur. Ik kies daarom voor een aanpak van voorlichting via ConsuWijzer. Volgens het genoemde monitorrapport van CentERdata is ruim 32% van de Nederlanders op de hoogte van het bestaan van de Deurwijzer en weet ruim 17% wat deze inhoudt. Dit geeft aan dat voorlichting via ConsuWijzer een doeltreffend middel is om de consument in kennis te stellen van zijn rechten, en weerbaar te maken. Ik vind dit, drie maanden na de start van de campagne, mooie resultaten, maar heb de Consumentenautoriteit gevraagd de Deurwijzer nog sterker onder de aandacht van consumenten te brengen. Zij zal naast de moderne techniek van webmarketing, waardoor op internet informatiezoekende consumenten snel naar de website

<sup>2</sup> <http://www.depers.nl/economie/464887/Geen-steun-bel-niet-aanregister.html>

van ConsuWijzer worden geleid, na de zomer onder meer investeren in een advertentiecampaïne.

Daarnaast geldt natuurlijk onverminderd dat colporteurs zich aan de voorschriften van de relevante wetgeving dienen te houden. De Consumentenautoriteit houdt toezicht hierop. Zij houdt daarom de ontwikkelingen scherp in de gaten en neemt de signalen bij ConsuWijzer, en ook uit andere informatiebronnen, over mogelijke overtreding van de van toepassing zijnde wetgeving, zeer serieus. Zowel de Consumentenautoriteit als de NMa hebben misleidende en agressieve verkoop, waaronder het verstrekken van onjuiste of onvolledige informatie, ongeacht of dit telefonisch of aan de deur geschied, tot één van de prioriteiten voor 2010 benoemd en zij zijn extra alert op signalen hierover. Het onderzoek naar de colportagepraktijken van of namens een aantal energieleveranciers is hiervan een voorbeeld. Overigens blijkt zowel uit het in vraag 1 genoemde onderzoek als uit de meldingen bij ConsuWijzer niet dat colportage als verkoopkanaal sterk groeit.

In het Algemeen Overleg over het consumentenbeleid met uw Kamer op 8 april jl. heb ik aangegeven dat ik het instrumentarium van de Consumentenautoriteit verder zal aanscherpen, met name om het mogelijk te maken een inbreuk op het consumentenrecht eerder te kunnen laten stoppen en consumenten te kunnen waarschuwen. De nieuwe bevoegdheid van de Consumentenautoriteit om bij een vermoeden van een overtreding een openbare aanwijzing te kunnen geven, zal ertoe bijdragen dat enerzijds de overtreding eerder zal worden gestaakt en anderzijds de consument eerder op de hoogte is van mogelijke schendingen van de wet- en regelgeving. De internetconsultatie voor de wijziging van de Wet handhaving consumentenbescherming, die deze nieuwe bevoegdheden creëert, ben ik 5 juli jl. gestart. Met deze wetswijziging zullen ook de maximale boetes voor overtredingen van de bestuursrechtelijk door de Consumentenautoriteit te handhaven normen, waaronder de normen uit de Colportagewet, worden verhoogd van € 76 000 naar € 450 000.