

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

## 2394

Vragen van de leden **Bouwmeester** en **Kuiken** (beiden PvdA) aan de staatssecretaris van Infrastructuur en Milieu en de minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie over *lange reistijd bij low budget vliegmaatschappijen* (ingezonden 13 april 2012).

Antwoord van minister **Verhagen** (Economische Zaken, Landbouw en Innovatie), mede namens de minister van Veiligheid en Justitie (ontvangen 2 mei 2012).

Vraag 1

Kent u het artikel «reistijd low cost langer»?<sup>1</sup>

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Herinnert u zich eerdere vragen over misbruik consumentenvertrouwen door low cost vliegmaatschappijen?<sup>2</sup>

Antwoord 2

Ja.

Vraag 3 t/m 7

Hoe beoordeelt u de marketingtechniek dat vliegvelden worden gepresenteerd als «ideale toegang tot de hoofdstad», terwijl dit feitelijk niet zo is? Deelt u de mening dat met deze marketingtechniek misbruik wordt gemaakt van het vertrouwen van consumenten of dat deze marketingtechniek ten minste misleidend is voor consumenten?

Vindt u het adverteren met de wervende tekst dat een vlucht naar een bepaald centraal gelegen punt, terwijl dit niet het geval is, concurrentievervalsing ten opzichte van vliegmaatschappijen die wel in de centrale stad landen en daar meer voor betalen?

Deelt u de mening dat low cost vliegmaatschappijen direct duidelijk moeten maken dat in veruit de meeste gevallen extra kosten zijn verbonden aan vervoer van de luchthaven van bestemming naar de uiteindelijke plek van bestemming?

<sup>1</sup> Spits, voorpagina, 12-04-2012.

<sup>2</sup> Schriftelijke vragen ingezonden 6 april 2012 (2012Z07288).

Deelt u de mening dat deze marketingtechniek gestopt moet worden en dat aanbieders duidelijk moeten zijn over de locatie van het vliegveld, de reistijd en reismogelijkheden tot het centrum? Zo ja, welke actie gaat u ondernemen? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 3 t/m 7

Ik laat het oordeel of er in deze concrete gevallen sprake is van misleiding of een oneerlijke handelspraktijk over aan de toezichhouder en de rechter. Ik ben van mening dat de toezichhouder en de consument met de huidige wet- en regelgeving voldoende mogelijkheden hebben om op te treden tegen misleidende reclame-uitingen.

Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek (BW) bevat voorschriften over oneerlijke handelspraktijken. Een handelspraktijk is oneerlijk indien de handelaar in strijd handelt met de professionele toewijding en het vermogen van de gemiddelde consument om een geïnformeerd besluit te nemen beperkt. Een handelspraktijk is in het bijzonder oneerlijk als deze misleidend of agressief is. Hierbij merk ik wel op dat een reclamepraktijk waarbij overdreven uitspraken worden gedaan of uitspraken die niet letterlijk dienen te worden genomen, een reclame op zichzelf niet oneerlijk maken (artikel 6:193d BW). Wel is een handelaar op grond van artikel 6:193d van het BW verplicht om consumenten te voorzien van essentiële informatie die de consument nodig heeft om een geïnformeerd besluit over een transactie te nemen. Het is dan ook niet toegestaan om essentiële informatie verborgen te houden of deze informatie op onduidelijke, onbegrijpelijke of dubbelzinnige wijze te verstrekken, waardoor de gemiddelde consument een besluit over een overeenkomst neemt of kan nemen, dat hij anders niet had genomen.

Het weglaten van essentiële informatie wordt beschouwd als een misleidende omissie en is onrechtmatig (zie ook artikel 6:193b BW). Dit geldt ook voor reclame (artikel 6:193f). Artikel 6:193f BW geeft aan dat indien er sprake is van reclame er ook essentiële informatie moet worden gegeven. In het algemeen geldt dat wanneer een aanbieder vliegtickets naar een bekende bestemming aanbiedt, maar de vlucht feitelijk naar een andere plaats op een behoorlijke afstand gaat, de aanbieder vooraf duidelijk dient te zijn over de plaats of het vliegveld waar de vlucht feitelijk naar toe gaat. Doet hij dit niet, dan geeft hij feitelijk onjuiste informatie over het aanbod, hetgeen de beslissing van de consument kan beïnvloeden. Hierbij kan van actieve misleiding (artikel 6:193c) sprake zijn.

De branche heeft de Code Reisaanbiedingen, gericht tegen misleidende reclame, opgesteld. Dit is een bijzondere code van de Nederlandse Reclame Code, die de daarbij aangesloten ondernemingen verplicht in reclame-uitingen de prijs te vermelden inclusief de bekende onvermijdbare bijkomende kosten, zoals de vervoerskosten, luchthavenbelasting, brandstof toeslag en creditcardtoeslagen. Luchtvaartmaatschappijen en reisaanbieders die hebben aangegeven zich aan de Code Reisaanbiedingen te hebben verbonden, zullen zich ook aan die Code moeten houden. Indien een luchtvaartmaatschappij aangeeft te zijn gebonden aan deze Code, maar er in de praktijk niet naar handelt, kan dit tevens een oneerlijke handelspraktijk opleveren.

Als de consument meent dat er sprake is van een overtreding, dan kan hij een klacht indienen bij de toezichhouder of naar de rechter stappen. Daarnaast kunnen consumenten en concurrenten met een klacht over misleidende reclame op grond van de Code Reisaanbiedingen ook terecht bij de Reclame Code Commissie. Concurrenten kunnen elkaar op grond van artikel 6:194 BW aanspreken wanneer er sprake is van misleidende reclame.

Vraag 8

Heeft de Consumentenautoriteit voldoende mogelijkheden en middelen om hiertegen op te treden?

Antwoord 8

Ja, de Consumentenautoriteit houdt toezicht op de naleving van consumentenbepalingen uit het Burgerlijk Wetboek, waaronder ook de regelgeving inzake oneerlijke handelspraktijken en e-commerce vallen. Als sprake is van collectieve inbreuken in het consumentenrecht, kan de Consumentenautoriteit besluiten een onderzoek te starten. Dit onderzoek kan leiden tot een sanctiebesluit waarin een boete of last onder dwangsom wordt opgelegd. De Consumentenautoriteit heeft beperkte capaciteit en handhaaft om die reden

programmatisch. Zij stelt, aan de hand van signalen die bij haar binnen zijn gekomen en op basis van overleg met maatschappelijke partijen, een tweejaarlijkse een Agenda vast, waarin de aandachtsgebieden voor de betreffende periode worden vastgesteld. Hierdoor kan effectief worden gehandhaafd. Zo heeft de Consumentenautoriteit ondoorzichtige prijzen in de reisbranche aangemerkt als aandachtsgebied in haar agenda voor 2012 en 2013 en is reeds tegen verschillende reisaanbieders opgetreden wegens het aanbieden van optionele elementen tijdens het boekingsproces door middel van het vooraf aanvinken van opties.

Verder is op de website van ConsuWijzer, het informatieloket van de Consumentenautoriteit, de NMa en de OPTA voor reizigers, informatie te vinden over de verplichtingen waaraan adverteerders moeten voldoen; daarnaast kan de consument bij ConsuWijzer een klacht indienen tegen de handelswijze van een aanbieder. Deze klachten vormen een belangrijke informatiebron voor de toezichthouder bij de detectie van eventuele collectieve consumentenproblemen. Daarmee heeft de Consumentenautoriteit voldoende middelen en mogelijkheden beschikbaar om op te treden.