

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

923

Vragen van het lid **Sjoerdsma** (D66) aan de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over *het verbieden van deurverkoop* (ingezonden 20 november 2019).

Antwoord van Staatssecretaris **Keijzer** (Economische Zaken en Klimaat) (ontvangen 3 december 2019).

Vraag 1

Kent u het artikel «Meer deurverkoop van energie verwacht: «Dit wordt een puinzooi»»?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Herkent u het signaal dat naast de overlast van deurverkoop, mensen geregeld last hebben van misleiding of agressieve verkooptechnieken bij deurverkoop? Deelt u de zorg dat deurverkoop de positie van consumenten kan schaden?

Antwoord 2

Dit signaal heeft mij ook bereikt. Deurverkoop is een legitiem verkoopkanaal, maar het is onacceptabel en bovendien een overtreding van de wet als verkopers consumenten misleiden of agressieve handelspraktijken hanteren. Dat schaadt het vertrouwen van consumenten en straalt af op de hele sector. Organisaties die aan deurverkoop doen, moeten zich deze signalen dan ook serieus aantrekken.

Vraag 3

Wanneer verwacht u dat het verbod op ongevraagd telefonische verkoop ingaat?

¹ AD, 14 november 2019; <https://www.ad.nl/economie/meer-deurverkoop-van-energie-verwacht-dit-wordt-een-puinzooi~a26b186c/>

Antwoord 3

Zoals u weet bereid ik een wetsvoorstel voor dat een opt-in-systeem instelt voor telefoongesprekken met commerciële, ideële of charitatieve doeleinden (telemarketing). Ik heb dit voorstel recentelijk aanhangig gemaakt bij de Raad van State. Het streven is om dit wetsvoorstel in het eerste kwartaal van 2020 bij uw Kamer in te dienen, zoals gemeld in de voortgangsbrief over de Consumentenagenda.² Het moment van inwerkingtreding van dit wetsvoorstel is vooralsnog niet bekend, omdat het onder andere afhankelijk is van de advisering door de Raad van State en de behandeling van het voorstel in uw Kamer en de Eerste Kamer. Ik verwacht dat de wetswijziging in de eerste helft van 2021 in werking kan treden.

Vraag 4

Verwacht u net als de sector dat het aantal deurverkopen gaat toenemen als het verbod op ongevraagde telefoonverkoop ingaat?

Antwoord 4

De toekomst zal uitwijzen wat het wetsvoorstel telemarketing betekent voor de inzet van de verschillende verkoopkanalen. Bedrijven en andere organisaties die gebruik maken van telemarketing kunnen hun marketingstrategie en hun personeelsbeleid aanpassen naar aanleiding van de wetswijziging. Of er een tijdelijk of permanent effect op zal treden in andere verkoopkanalen, zoals deurverkoop, is onzeker en moeilijk te voorspellen. De organisaties die aan deurverkoop doen, zullen het verkoopkanaal zo optimaal mogelijk blijven inzetten. Dat hoeft niet te betekenen dat deurverkoop zal toenemen, omdat deze organisaties niet gebaat zijn bij het veroorzaken van grootscheepse irritatie door massaal bij consumenten te gaan aanbellen. Bovendien kan het verkoopkanaal deurverkoop in (delen van) gemeentes al verzadigd zijn, waardoor het aantal verkopen niet verder kan toenemen.

Vraag 5

Heeft u een indicatie hoeveel deurverkopen er de afgelopen jaren hebben plaatsgevonden?

Antwoord 5

Ik beschik niet over cijfers over het aantal deurverkopen in de afgelopen jaren. Organisaties die aan deurverkoop doen, maken hierin hun eigen keuzes. Deze keuzes kunnen bedrijfsgevoelig zijn. Daarnaast is het beleid met betrekking tot deurverkoop gedecentraliseerd en kunnen gemeenten maatwerk bieden. Ook daarom zijn gegevens over het aantal deurverkopen niet in een centrale en openbare bron verzameld.

Vraag 6

Kunnen gemeenten via de Algemene Plaatselijke Verordening een verbod op deurverkoop instellen? Zo ja, kunt u een inschatting geven hoeveel gemeenten een dergelijk verbod hebben?

Antwoord 6

Gemeenten hebben de mogelijkheid om verkoop aan de deur te reguleren en paal en perk te stellen aan overlast. Dat kunnen ze doen door een meldingsplicht in te stellen, zoals Delft bijvoorbeeld doet. Ook kunnen gemeenten een vergunningstelsel hanteren, zoals Utrecht doet. Zoals het lid Sjoerdsma (D66) aangeeft, kunnen gemeenten ook verkopen aan de deur verbieden in bepaalde gebieden of op bepaalde tijdstippen. Een ruwe inschatting is dat het grootste deel van de gemeenten geen vergunningstelsel heeft. Wel hanteren veel gemeenten een of meerdere beperkingen ten aanzien van deurverkoop in bepaalde gebieden of op bepaalde tijdstippen.

Daarnaast biedt de Reclame Code Fieldmarketing gemeenten de mogelijkheid om lokale overlast door deurverkoop te bestrijden. Zo stelt de gemeente Ridderkerk stickers beschikbaar waarmee mensen aan kunnen geven dat zij deurverkoop niet op prijs stellen. Organisaties die gebruik maken van

² Kamerstuk 27 879, nr. 73

deurverkoop moeten deze stickers respecteren.³ De ACM kan handhavend optreden tegen overtreding van deze code.

Vraag 7

Wat vindt u van de oplossing om ongevraagde deurverkoop, net zoals ongevraagde telemarketing, te verbieden en een opt-in systeem te hanteren?

Antwoord 7

In een opt-in systeem is het uitgangspunt dat verkoop aan de deur niet is toegestaan, tenzij de consument daar expliciet toestemming voor heeft gegeven. Het instellen van een dergelijk systeem is ingrijpend. Wat mij betreft is de eerste vervolgstap nu dat organisaties die gebruik maken van deurverkoop serieus en zo snel mogelijk bij zichzelf te rade gaan over hun verkooppraktijken. Ik zal hier ook met energieleveranciers over in gesprek gaan.

Intussen blijf ik signalen over dit thema verzamelen en zal ik uitvoering geven aan de motie Beckerman c.s. Ik zal de ACM vragen het toezicht op de verkoop van energie aan de deur te verscherpen, zoals de motie Beckerman c.s. verzoekt.⁴

Vraag 8

Klopt het dat de Autoriteit Consument en Markt (ACM) bezig is met een onderzoek naar agressieve en misleidende werving bij energiecontracten? Hoeveel signalen zijn er bij de ACM binnengekomen? Wanneer verwacht u dat het onderzoeksrapport beschikbaar is?

Antwoord 8

Dat klopt. De ACM heeft op 31 juli jl. in een nieuwsbericht gemeld dat zij naar aanleiding van signalen van consumenten onderzoek doet naar agressieve en misleidende werving bij de verkoop van energiecontracten.⁵ Bij de ACM zijn hierover honderden meldingen van consumenten binnengekomen. De ACM kan geen mededelingen doen over lopende onderzoeken, en dus ook niet over (de timing van) mogelijke acties naar aanleiding van onderzoeken.

Vraag 9

Hebben de Vereniging Eigen Huis of de Consumentenbond eerder deze problemen bij u aangekaart? Welke maatregelen heeft u op basis van die signalen ondernomen?

Antwoord 9

Ik heb regelmatig contact met vertegenwoordigers van consumenten en sta altijd open voor hun signalen. Eerder dit jaar heeft Vereniging Eigen Huis mij een brief gestuurd en aandacht gevraagd voor deurverkoop en telemarketing. Ten aanzien van telemarketing heb ik naar aanleiding van aanhoudende signalen vanuit consumentenorganisaties, media, uw Kamer en de ACM al actie ondernomen door een wetsvoorstel voor te bereiden. De signalen over deurverkoop zijn vooralsnog niet van dezelfde orde als bij telemarketing het geval was, maar ik neem ze desalniettemin zeer serieus. Daarom heb ik besloten om met energieleveranciers in gesprek te gaan over hun verkooppraktijken.

Vraag 10

Kunt u deze vragen voor het Algemeen overleg Ondernemen en Bedrijfsfinanciering op 5 december 2019 beantwoorden?

Antwoord 10

Ja.

³ In de Reclame Code voor Fieldmarketing heeft de sector afspraken vastgelegd over verkoop aan de deur en op straat. De sector heeft afgesproken deze stickers en alle andere ondubbelzinnige bezwaren tegen verkoop aan de deur te respecteren.

⁴ Kamerstuk 35 300 XII, nr. 46.

⁵ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-pakt-agressieve-en-misleidende-werving-energiecontracten-aan>