

Vergaderjaar 2008–2009

27 879

Versterking van de positie van de consument

Nr. 21

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 16 april 2009

Inleiding

Hierbij bied ik u de Terugblik 2008 van de Consumentenautoriteit aan.¹ In deze begeleidende brief geef ik ter uitvoering van artikel 10.1 van de Wet handhaving consumentenbescherming mijn bevindingen bij deze Terugblik.

1. Criteria

Met deze Terugblik verantwoordt de Consumentenautoriteit zich voor de uitvoering van haar wettelijke taken. Zoals in 2008, ga ik in op de volgende vragen:

- Heeft de Consumentenautoriteit haar voornemens voor 2008 gerealiseerd?
- Sluit het functioneren aan bij haar wettelijke taken en het generieke consumentenbeleid?
- Is er voldoende aandacht voor de kwaliteit van het functioneren van de Consumentenautoriteit?

2. Bevindingen

- *De voornemens voor 2008*

De voornemens van de Consumentenautoriteit zijn opgenomen in de Agenda 2008, welke u op 18 januari 2008 zijn toegezonden (Kamerstukken II, 2007–2008, 27 879, nr. 17). Deze agenda is, net als in voorgaande jaren opgesteld na consultatie van consumenten- en ondernemersorganisaties, wetenschappers, andere toezichthouders en zelfreguleringsinstanties zoals de Stichting Geschillencommissies en door mij vastgesteld. Dit consultatieproces acht ik buitengewoon waardevol, omdat zo belangrijke signalen voor het toezichtsdomein worden verkregen.

De agenda 2008 kende de volgende aandachtsgebieden:

- Eenzijdige algemene voorwaarden in met name de meubel- en keukenbranche;

¹ Ter inzage gelegd bij het Centraal Informatiepunt Tweede Kamer.

- De garantiestelling in de reisbranche;
- SMS-diensten;
- Garantie en conformiteit;
- Oneerlijke handelspraktijken.

Op deze terreinen zijn aansprekende resultaten behaald, waarvan ik er een aantal in het bijzonder nog eens onder uw aandacht wil brengen.

Als er iets het afgelopen jaar is gebleken, is het wel dat de Consumentenautoriteit zich verder heeft kunnen profileren als een sterke toezichthouder waarmee rekening dient te worden gehouden en die respect afdwingt. Zo hanteerden maar liefst 10 ondernemingen in de meubel- en keukenbranche, met in totaal ruim 300 filialen, algemene voorwaarden die niet conform de wettelijke bepalingen waren. Nagenoeg alle bedrijven hebben hun voorwaarden na ingrijpen van de Consumentenautoriteit aangepast. Vorige week nog, heeft de Consumentenautoriteit in deze sector een openbare toezegging gekregen van een bedrijf dat een te hoog aanbetalingspercentage bij klanten in rekening bracht. Een ander voorbeeld betreft de 106 aanbieders van pakketreizen die geen of onvoldoende maatregelen hadden getroffen om te voorkomen dat het financiële risico van een faillissement kan worden afgewenteld op consumenten. Op een klein aantal na hebben alle aanbieders afdoende maatregelen getroffen, waardoor consumenten bij faillissement hun eventuele aanbetsaling niet langer als verloren hoeven te beschouwen. Tegen twee bedrijven die nog geen voorzieningen hadden getroffen, is de Consumentenautoriteit een civiele procedure gestart bij het Gerechtshof in Den Haag. Inmiddels heeft de rechter op 7 april jl. in één zaak de Consumentenautoriteit volledig in het gelijk gesteld en het bedrijf verplicht alsnog de noodzakelijke financiële maatregelen te treffen. De tweede zaak loopt nog. Dit zijn twee voorbeelden waaruit blijkt wat de Consumentenautoriteit heel concreet kan betekenen voor consumenten. Maar niet alleen voor consumenten. Ook goedwillende ondernemers profiteren van het optreden van de Consumentenautoriteit. Immers door iedereen bij de les te houden en te doen conformeren aan de wet- en regelgeving ontstaat een gelijk speelveld waarop bedrijven op een eerlijke manier kunnen dingen naar de gunsten van de consument.

In 2008 zijn er vijf boetes opgelegd met een totale waarde van € 658 000. Twee van dergelijke sancties zijn opgelegd in de markt voor SMS-diensten. Een markt waarop relatief veel kwetsbare jongeren actief zijn en waar ik een scherp toezicht alleen al door dat gegeven zeer toejuich. Ook heeft de Consumentenautoriteit twaalf klachten ingediend bij de Stichting SMS-gedragscode en drie gegronde klachten, bij de Reclame Code Commissie. De Consumentenautoriteit verwacht dat voor deze markt vooralsnog een scherp toezicht noodzakelijk blijft. Met de inwerkingtreding van de Wet Oneerlijke Handelspraktijken per 15 oktober 2008, is het mogelijk nog gericht op te treden. Onder meer tegen bedrijven die stellen de gedragscode SMS-diensten te onderschrijven, maar daar in de praktijk geen blijk van geven. Deze gedragscode zal medio 2009 worden geëvalueerd.

Het onderwerp garantie en conformiteit blijft de gemoederen bezighouden. Zowel tussen consumenten en ondernemers, als in de discussies omtrent het voorstel voor de Richtlijn Consumentenrechten. Vragen en klachten over dit onderwerp staan stevast op nummer één van de meldingen bij ConsuWijzer (www.consuwijzer.nl) het informatieloket van de Consumentenautoriteit, OPTA en NMa. Zowel consumenten als ondernemers vinden de huidige regels over non-conformiteit moeilijk toepasbaar, omdat de wet een open termijn hanteert gedurende welke de consument een beroep mag doen op non-conformiteit. Deze open termijn geeft

aanleiding voor veel discussie tussen ondernemers en hun klanten. Dit sterkt mij in de gedachte om in het kader van de onderhandelingen over de Richtlijn Consumentenrechten te streven naar regelgeving die voor alle partijen veel duidelijker is, en indachtig de motie Vos c.s. (Kamerstukken 31 700-XIII, nr 30), geen afbreuk doet aan het niveau van consumentenbescherming.

Met veel waardering heb ik kennisgenomen van het feit dat de Consumentenautoriteit samen met het Hoofdbedrijfschap Detailhandel een *e-learning* module heeft ontwikkeld over het onderwerp garantie en conformiteit, bedoeld voor verkoopmedewerkers en studenten op detailhandelsscholen. Dit maakt duidelijk dat Consumentenautoriteit niet alleen repressief toezicht houdt en handhaaft, maar ook (aankomende) ondernemers leert wat de spelregels zijn.

Als gevolg van het in oktober 2008 in werking treden van de Wet Oneerlijke handelspraktijken, heeft de Consumentenautoriteit nog maar beperkt gebruik kunnen maken van haar mogelijkheden op dat gebied. Wel heeft ze een belangwekkend onderzoek afgerond naar veel voorkomende misleidende en of agressieve handelspraktijken. Hierdoor is een scherper beeld ontstaan van welke consumenten nu vooral doelwit en slachtoffer zijn van bedrijven die zich op dit type methoden verlaten. Mede op basis van die informatie richt de aandacht van de Consumentenautoriteit zich in 2009 op verkoopdemonstraties waarbij consumenten op een agressieve, indringende manier overgehaald worden producten of diensten af te nemen.

Naast de hierboven genoemde vijf prioritaire aandachtsgebieden, zijn in 2008 de nodige *ad hoc* zaken behandeld op grond van signalen bij ConsuWijzer, maar vooral ook op grond van buitenlandse verzoeken om informatie of bijstand. Aan de laatste verzoeken moet op grond van Verordening 2006/2004 onverwijld gehoor worden gegeven. Net als in 2007 ontving de Consumentenautoriteit, in vergelijking met de toezichthouders uit de andere lidstaten, relatief en absoluut gezien de meeste buitenlandse verzoeken. Veel van die verzoeken komen daarbij uit buurland België (65 van de in totaal 118). België verstuurt van alle lidstaten (verreweg) de meeste handavingsverzoeken. Nederland (de Consumentenautoriteit) ontving het merendeel daarvan, hetgeen meteen ook de «koppositie» verklaart van de Consumentenautoriteit in het lijstje van aantal ontvangen handavingsverzoeken in 2008. Buitenlandse verzoeken kunnen onderverdeeld worden in:

- Signalen/meldingen (55 *alerts*) waarbij EU-toezichthouders elkaar informeren over onderzoeken die mogelijk internationale gevolgen hebben. Een voorbeeld hiervan is de werving van consumenten voor zogenoemde vakantieclubs;
- Handavingsverzoeken (36). Het betreft hier voornamelijk het niet of onvolledig vermelden van bedrijfsgegevens op websites;
- Informatieverzoeken (27). Het gaat hier met name om bedrijfs- en postbusgegevens.

De Consumentenautoriteit heeft in 2008 zelf 12 buitenlandse verzoeken verstuurd; 4 «alerts», 6 handavingsverzoeken en 2 informatieverzoeken.

- *De wettelijke taken en de rol in het consumentenbeleid*

Naast deze wettelijke taken vervult ook het informatieloket ConsuWijzer een belangrijke functie. Dit loket wordt steeds makkelijker gevonden door de consument, als het informatiepunt waarop men zijn vragen beantwoord ziet, of waarop men belangrijke signalen kan geven over het niet in acht nemen van de regels door bedrijven. In 2008 bezochten 1 miljoen consumenten de website. Nu, april 2009, staat de teller al op 2 miljoen. De meldingen in de vorm van vragen of klachten zijn belangrijke informatie

voor de afdeling Toezicht van de Consumentenautoriteit en dragen mede bij aan de prioritering van de aandachtsgebieden. De Consumentenautoriteit als toezichthouder staat midden in het landschap van partijen die zich op de een of andere manier met de belangen van consumenten bezighouden. Veel wordt gelukkig door marktpartijen zelf gerealiseerd. Ik wijs in dat verband op de gedragscodes rond SMS-diensten, de aangepaste Code reisaanbiedingen en de voortgaande groei van het aantal geschillencommissies. Maar daar waar marktpartijen niet in staat zijn, of onwillig zijn zich vrijwillig aan het consumentenrecht te conformeren, is optreden van de Consumentenautoriteit geboden. In de tweede helft van 2009 zal ik u de verkorte evaluatie van de Wet handhaving consumentenbescherming aanbieden waarin voornamelijk zal worden ingegaan op de twee routes die de Consumentenautoriteit in haar handhavingsbeleid kan bewandelen: het civielrechtelijke – en het bestuursrechtelijke pad.

- *Kwaliteit van het functioneren*

Hierboven wees ik al op de snelle groei van het gebruik van het informatieloket ConsuWijzer. Ik wil wat dit loket betreft in het bijzonder wijzen op de in 2008 gerealiseerde zogenoemde BrowseAloud functie. Met deze software worden de geschreven teksten voorgelezen en tegelijkertijd gemarkeerd op het scherm. Deze functie komt tegemoet aan de wensen van laaggeletterden die door de combinatie van lezen en luisteren een beter begrip krijgen voor de tekst. Op deze manier wordt ook deze categorie geholpen in het kennen van haar consumentenrechten. Daarnaast blijkt uit klanttevredenheidsonderzoek dat dit loket over de gehele linie, dus zowel wat betreft de website, als de afhandeling van brieven en e-mail als het telefonisch te woord staan van consumenten, gewaardeerd met gemiddeld een zeven, het goed doet.

Wat betreft de toezichts- en handhavingsfunctie, heb ik vorig jaar aangegeven dat de doorlooptijden van de verschillende onderzoeken een aandachtspunt zijn (Kamerstukken II, 2007–2008, 27 879, nr. 18). De Consumentenautoriteit streeft ernaar haar werkwijze en procedures zo in te richten dat de doorlooptijden van onderzoeken zo beperkt mogelijk blijven. Dit is in feite een continue proces. Daarbij komt dat de Consumentenautoriteit inmiddels een ervaren toezichthouder is, hetgeen bijdraagt aan kortere doorlooptijden.

3. Conclusie

Net als over 2007, is mijn algemene indruk dat de Consumentenautoriteit, *lean and mean* als zij is, haar wettelijke taken in 2008 goed heeft uitgevoerd. Met de keuze en aanpak van door veel marktpartijen gedeelde prioriteiten en de stevige positionering van het informatieloket ConsuWijzer heeft zij haar naam definitief gevestigd.

De staatssecretaris van Economische Zaken,
F. Heemskerk