

Vergaderjaar 2010–2011

**27 879**

## **Versterking van de positie van de consument**

**Nr. 39**

### **BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN, LANDBOUW EN INNOVATIE**

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 3 mei 2011

Hierbij zend ik u een reactie op uw verzoek, aangaande de brief met het verzoek om wettelijke bescherming voor (dementerende) bejaarden tegen de wijze van klantenwerving door energiebedrijven, nr. 2011Z03671/2011D10878, ingezonden 4 maart 2011.

Mevrouw V. geeft in haar brief aan negatieve ervaringen te hebben gehad met telemarketing. In deze brief ga ik in op de kenmerken van telemarketing, het juridische kader ter bescherming van de consument en het toezicht daarop.

#### *Telemarketing*

Kenmerkend voor telemarketing is dat de consument op een relatief eenvoudige manier een overeenkomst kan aangaan. Om de consument te beschermen tegen overhaaste beslissingen, wordt hem echter ook een bedenktijd gegund om nog eens op een rustige manier alle voorwaarden te overdenken. Mocht hij tot de conclusie komen dat de overeenkomst toch geen goed idee is, dan kan hij zich gedurende zeven werkdagen bedenken. De mogelijkheid om telefonisch een overeenkomst te kunnen aangaan, wordt door consumenten over het algemeen prettig gevonden.

Het bovenstaande houdt echter niet in dat ik geen oog heb voor de problemen die telemarketing voor bepaalde groepen burgers kan veroorzaken. Daarom ben ik positief over de geopperde maatregel door mevrouw V. Dit sluit ook aan bij de motie van Aasted Madsen-van Stiphout, Gesthuizen en Vos.<sup>1</sup> Deze motie roept de regering op in wet- en regelgeving op te nemen dat een contract dat afgesloten wordt via de methode van cold calling pas geldig is nadat de consument de offerte schriftelijk of digitaal van een handtekening heeft voorzien. Ik ondersteun de gedachte achter deze motie en zal bezien hoe ik tegemoet kan komen aan de wens die daarin is verwoord.

<sup>1</sup> Tweede Kamer, vergaderjaar 2009–2010, 27 879, nr. 29.

Daarbij heb ik het volgende stappenplan voor ogen. In Brussel wordt op dit moment in Europees verband onderhandeld over een nieuwe Richtlijn consumentenrechten. Gedurende de onderhandelingen zijn reeds stemmen opgegaan om een bepaling van een gelijke strekking als de motie Aasted Madsen-van Stiphout in de richtlijn op te nemen. Ik zet mij ervoor in om deze bepaling in de definitieve tekst van de richtlijn te krijgen. Ik kan echter nog niet op de uitkomsten van dit richtlijnvoorstel vooruitlopen. Aangezien het hier een aanpassing betreft van het Burgerlijk Wetboek zal ik samen met de minister van Veiligheid en Justitie, die primair verantwoordelijk is voor het Burgerlijk Wetboek, bepalen wat na het tot stand komen van de richtlijn de nationale beleidsruimte is om nadere regels te stellen op dit punt en hoe aan deze motie uitvoering zal worden gegeven.

#### *Bel-me-niet register*

Gelet op het bovenstaande wil ik graag nog wijzen op de reeds genomen maatregelen ter bescherming van de consument bij op afstand gesloten overeenkomsten. Enige tijd geleden is in de Telecommunicatiewet het Bel-me-niet register opgenomen. Door een inschrijving in het Bel-me-niet register kunnen consumenten zichzelf beschermen tegen ongewenste telefoontjes, terwijl de mogelijkheid om telefonisch overeenkomsten aan te gaan in stand blijft voor diegenen die dat nuttig vinden. Telemarketeers – adverteerders en call centers – zijn verplicht het Bel-me-niet register te raadplegen voordat zij telefonisch (potentiële) klanten benaderen. Consumenten die zich hebben ingeschreven in het Bel-me-niet register mogen niet meer via de telefoon benaderd worden voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden.

Het Bel-me-niet register is niet beperkt tot één sector en geldt voor alle bedrijven die gebruik maken van telemarketing. Een overtreding van de regels inzake het Bel-me-niet register kan leiden tot een boete van maximaal € 450 000,-. De Onafhankelijke Post- en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA) houdt toezicht op deze regels en houdt nauwkeurig in de gaten houden of bedrijven deze regels overtreden.

#### *Overige maatregelen ter bescherming van de individuele burger*

Verder bestaan er in Nederland ook verdergaande maatregelen ter bescherming van *individuele* burgers die niet (meer) goed in staat zijn hun eigen belangen te behartigen, zoals mensen die lijden aan (progressieve) Alzheimer. Deze beschermingsmaatregelen bestaan in verschillende gradaties. Zo zijn er onder andere curatele en meerderjarigenbewind. Curatele is het meest vergaand. Dit houdt in dat een persoon zelf geen beslissingen meer mag nemen, maar dat aan zijn curator moet overlaten. Mocht iemand die onder curatele gesteld is toch ingaan op een aanbod van een telemarketeer, dan is deze overeenkomst ongeldig. Minder vergaand is het onder bewind stellen van het vermogen van iemand die zijn eigen belangen niet goed (meer) kan behartigen. Zo iemand moet dan toestemming krijgen van de bewindvoerder om bepaalde overeenkomsten aan te gaan. Bewind biedt in geval van telemarketing echter minder goede bescherming aan iemand die aan dementie leidt. Gaat die persoon namelijk in op een telefonisch aanbod, dan is de overeenkomst in beginsel wel gewoon geldig.

Dit is slechts anders als degene die het telefonische aanbod heeft gedaan wist dat de persoon aan de andere kant van de lijn onder bewind stond. De minister van Veiligheid en Justitie denkt momenteel overigens na over nieuwe regels voor onder andere curatele en meerderjarigenbewind.

### *Regels waar elke telemarketeer zich aan moet houden*

De Nederlandse regels bij verkoop op afstand (waaronder dus telefonische verkoop) zijn opgenomen in het Burgerlijk Wetboek (titel 1 afdeling 9A van Boek 7 van het Burgerlijk Wetboek, inzake overeenkomsten op afstand). Deze regels vinden voor een groot deel hun oorsprong in de Europese richtlijn Verkoop op Afstand. Deze richtlijn zorgt ervoor dat overal in Europa hetzelfde minimum aan consumentenbescherming geldt. De regels bieden consumenten onder andere waarborgen ter bescherming tegen ongewenste of agressieve verkooptelefoontjes. Aan het begin van het telefoongesprek zal de telemarketeer de consument van bepaalde informatie moeten voorzien (hij moet onder andere zeggen wie hij is en dat hij belt om iets te verkopen). Na het sluiten van de overeenkomst dient de telemarketeer alle informatie schriftelijk aan de consument te bevestigen. De consument krijgt dus op schrift alle informatie over de overeenkomst die hij telefonisch is aangegaan. Vanaf het moment dat een consument die informatie heeft ontvangen, heeft de consument het recht om gedurende zeven werkdagen te bedenken dat hij van die (telefonisch) aangegane overeenkomst af wil. Binnen die zeven werkdagen mag de consument de overeenkomst kosteloos en zonder opgave van redenen ontbinden.

Naast de regelgeving inzake overeenkomsten op afstand geldt, ook voor telemarketeers, de Wet oneerlijke handelspraktijken (titel 3 afdeling 3A van Boek 6 van het Burgerlijk Wetboek, inzake oneerlijke handelspraktijken). Er kan sprake zijn van een oneerlijke handelspraktijk als een bedrijf een consument misleidende informatie verstrekt of essentiële informatie weglaat bij de verkoop van zijn product, en zo de gemiddelde consument ertoe brengt of kan brengen een aankoop te doen die hij anders niet zou hebben gedaan. Ook agressieve handelspraktijken die de gemiddelde consument aanzetten of kunnen aanzetten tot een aankoop die hij niet wil, zijn verboden. Bovendien moeten bedrijven rekening houden met speciale kenmerken van bepaalde groepen consumenten (bijvoorbeeld jongeren of senioren) op wie zij hun activiteiten richten. Ook een telemarketeer moet beseffen dat groepen potentiële klanten wegens hun geestelijke of lichamelijke beperking, hun leeftijd of goedgelovigheid bijzonder vatbaar kunnen zijn voor telemarketing. Wanneer een telemarketeer redelijkerwijs kan voorzien dat hiervan sprake is, zal hij de wijze waarop hij zijn product via de telefoon bij zo iemand aan de man brengt, daarop aan moeten passen. In dat geval geldt dat een telemarketeer bij zijn verkooppraktijken uit moet gaan van het gezichtspunt van het gemiddelde lid van deze groep.

### *Energiecontracten*

In het specifieke geval van energiecontracten is er een Energie Gedragscode tot stand gekomen. In deze gedragscode staat dat als een telemarketeer merkt dat hij een consument aan de telefoon heeft die te onervaren en/of kwetsbaar is als gevolg van leeftijd en/of kennis van de Nederlandse taal, hij geen energie aan die consument mag verkopen. Dit mag hij ook niet aan een minderjarige of aan een consument die het energieaanbod niet begrijpt.

### *De Consumentenautoriteit*

De Consumentenautoriteit is een onafhankelijke toezichthouder, die toezicht houdt op de naleving van het consumentenrecht, waaronder de regels inzake verkoop op afstand, oneerlijke handelspraktijken en de Energie Gedragscode. De Consumentenautoriteit kan bij een collectieve overtreding van het consumentenrecht een onderzoek naar een bedrijf starten en een sanctie opleggen. De afgelopen jaren heeft de Consumenten-

tenautoriteit signalen die zij van consumenten ontving omtrent telemarketing, zeer serieus bekeken en waar nodig verder onderzocht. Dit heeft geresulteerd in het opleggen van boetes aan bedrijven die zich niet aan de regels hebben gehouden.

De Consumentenautoriteit beheert samen met de NMa en OPTA overigens een informatieloket voor consumenten, genaamd ConsuWijzer. Bij ConsuWijzer ([www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl) of 088-0 70 70 70) kan de consument niet alleen terecht met vragen over rechten en plichten als consument, maar kan hij tevens klachten indienen over de gedragingen van een bedrijf. De Consumentenautoriteit gebruikt de klachten die bij ConsuWijzer binnenkomen als een belangrijk signaal voor eventuele overtredingen van de wet- en regelgeving op basis waarvan zij een onderzoek kan starten. Zo'n onderzoek kan uiteindelijk uitmonden in het opleggen van straffen aan overtreedende bedrijven.

De minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie,  
M. J. M. Verhagen