

Vergaderjaar 2022–2023

27 879

Versterking van de positie van de consument

Nr. 90

BRIEF VAN DE MINISTER VAN ECONOMISCHE ZAKEN EN KLIMAAT

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 28 juni 2023

Moderne consumentenregels dragen bij aan een sterke positie van consumenten, gezonde concurrentie, keuzevrijheid en kwalitatief goede producten en diensten. Het biedt consumenten vertrouwen om (online) aankopen te doen.

De positie van de Nederlandse consument is al op veel vlakken verbeterd. Zo heb ik onlangs strengere regels opgesteld voor doorschakeldiensten¹ en hebben consumenten recht op updates bij aankopen met digitale inhoud (zoals een smart TV, een mobiele telefoon of een slimme koelkast) en bij levering van digitale inhoud en diensten (zoals apps, sociale media en streamingdiensten)². Daarnaast gelden consumentenrechten nu ook als consumenten betalen met hun persoonsgegevens voor digitale inhoud en diensten.³

Tegelijkertijd zie ik ruimte voor verdere verbetering, op nationaal en Europees niveau. Deze actiegerichte consumentenagenda speelt hierop in en stuur ik u in overeenstemming met de Minister voor Rechtsbescherming. Tijdens de voorbereiding van deze agenda heb ik gesprekken gevoerd met verschillende partijen, zoals de Autoriteit Consument en Markt (ACM), de Consumentenbond en diverse brancheorganisaties.

De meeste regels op het gebied van consumentenbescherming zijn in de hele EU gelijk. Hierdoor kunnen Nederlandse consumenten binnen de EU met vertrouwen aankopen doen en profiteren aanbieders op de interne markt van een gelijk speelveld. Op een aantal gebieden wil ik maatregelen

¹ Als uitvoering van de motie van de leden Van Kooten-Arissen c.s. over misleidende doorverbindwebsites (Kamerstuk 35 300 VI, nr. 85).

² Deze verplichting geldt o.g.v. de Implementatiewet richtlijnen verkoop goederen en levering digitale inhoud (Stb. 2022, nr. 164).

³ Zie Kamerbrief van 18 november 2022 over betalen met persoonsgegevens en consumentenbescherming (Kamerstukken 32 761 en 27 879, nr. 248).

nemen om de positie van de Nederlandse consument te verbeteren, namelijk bij telefonische verkoop (telemarketing) en bij verkoop aan de deur (colportage). Ook wil ik dat consumenten goed worden geïnformeerd over hoe zij een abonnement kunnen opzeggen. Het opzeggen van een abonnement zou net zo eenvoudig moeten zijn als het afsluiten ervan. Op Europees niveau zet ik mij in voor een online markt waarin consumenten veilig aankopen kunnen doen en worden ondersteund bij het maken van duurzame keuzes.

Nationale acties

Colportage en telemarketing

Bij colportage en telemarketing worden consumenten meestal overvallen met een aanbod.⁴ Dit levert veel klachten op bij de ACM en de Consumentenbond. Ik wil dat consumenten de tijd krijgen om bewust een keuze te kunnen maken, net zoals in de winkel of online, door bijvoorbeeld verschillende producten of diensten te vergelijken. Bij telemarketing geldt al dat consumenten pas aan een contract zijn gebonden wanneer de consument ná het gesprek expliciet schriftelijk instemt met (de inhoud van) het contract (het zogeheten schriftelijkheidsvereiste).⁵ Pas daarna gaat de wettelijke bedenktijd van 14 dagen in. Ik wil vergelijkbare regels invoeren voor de totstandkoming van contracten die worden aangeboden buiten de verkoopprijsruimte, zoals aan de deur of op straat (kortweg: colportage). Dat betekent dat consumenten ook bij colportage pas gebonden zijn aan een contract als zij hiermee na het gesprek expliciet hebben ingestemd.⁶

Daarnaast wil ik dat het schriftelijkheidsvereiste bij telemarketing beter wordt toegepast. De handelaar mag consumenten niet laten instemmen met een contract tijdens het gesprek, de consument moet het contract achteraf schriftelijk bevestigen. Ik ga hier verder over in gesprek met marktpartijen en zal indien nodig de regels verduidelijken.

Online opzeggen net zo eenvoudig als aanmelden

Het opzeggen van duurovereenkomsten (abonnementen) wordt soms door een aanbieder onnodig ingewikkeld gemaakt. De Consumentenbond heeft onderzoek gedaan naar het online opzeggen van duurovereenkomsten.⁷ Volgens dit onderzoek maakte in 2022 bijna een kwart van de bedrijven online opzeggen zeer lastig.

Dat vind ik een onwenselijke situatie. Ik wil er daarom voor zorgen dat de aanbieder het duidelijk(er) maakt voor de consument hoe hij zijn abonnement (zoals voor de krant, een sportschool of energie) kan beëindigen, bijvoorbeeld via een makkelijk vindbare link op zijn website. Dit verandert verder niets aan de geldende opzegtermijn, de einddatum van het abonnement en de betalingsverplichtingen. In Frankrijk en Duitsland bestaat in dit kader al een wettelijke informatieverplichting. Ik wil een vergelijkbare regeling ook in Nederland introduceren.

⁴ Zie ook <https://www.acm.nl/nl/publicaties/onderzoek-publiekspercepties-over-colportage>.

⁵ Artikel 6:230v, lid 6, van het Burgerlijk Wetboek. Dit geldt voor de levering van energie, water of diensten, zoals een telefoonabonnement.

⁶ Dit is ook relevant in relatie tot de motie van de leden Bontenbal en Kröger over de verkoop van energiecontracten aan de deur of via de telefoon. Kamerstuk 29 023, nr. 439.

⁷ Online abonnement opzeggen nog te vaak te moeilijk | Consumentenbond.

Europese inzet

Fitness check

De Europese Commissie (hierna: Commissie) onderzoekt momenteel of de huidige regels consumenten ook online voldoende beschermen («fitness check»)⁸. Ik vraag bij de Commissie onder andere aandacht voor de «*informatie-overload*» bij consumenten en voor regels die toekomstbestendig zijn.

Aanpak informatie-overload

Consumenten hebben de juiste informatie nodig om een goede aankoopbeslissing te nemen. Maar verkopers moeten online zoveel informatie verstrekken, dat consumenten soms door de bomen het bos niet meer zien. Daarom ga ik onderzoeken hoe de informatie op een effectieve manier aan de consument gepresenteerd kan worden. Daarbij kijk ik welke informatie pas na doorklikken beschikbaar hoeft te zijn (gelaagde informatie). Het is daarnaast van belang dat de Commissie bij nieuwe wetgevende voorstellen kritisch kijkt of het opleggen van (nieuwe) informatieverplichtingen de juiste oplossing is, ook omdat al deze verplichtingen voor handelaren extra lasten met zich meebrengen.

Toekomstbestendige consumentenregelgeving

De ontwikkelingen in de digitale economie gaan snel. Een hoog niveau van consumentenbescherming kan hierdoor onder druk komen te staan, bijvoorbeeld als gevolg van het ontwerp van websites en apps. Uit onderzoek van de Commissie blijkt dat bijna alle van de 75 door Europese consumenten meest gebruikte websites en apps ten minste één *dark pattern*⁹ bevatten.¹⁰ Het is daarom van belang dat de consumentenwetgeving voldoende flexibel is om hier snel op te kunnen reageren.

In lijn hiermee vraag ik de Commissie om met name kwetsbare consumenten, zoals kinderen, beter te beschermen tegen bepaalde schadelijke online handelspraktijken rondom in-app en in-game aankopen. In dat kader ga ik de Commissie voorstellen de Europese regelgeving zodanig aan te passen dat *loot boxes*¹¹ onder alle omstandigheden kwalificeren als een oneerlijke handelspraktijk. Daarnaast wil ik de Commissie vragen om praktijken zoals *pay-to-win* mechanismen¹² en het gebruik van virtuele munten op Europees niveau strakker te reguleren.¹³

Meer mogelijkheden tot reparatie en tegengaan van greenwashing

Het is van belang dat duurzaamheid van producten gestimuleerd wordt in de Europese Unie.¹⁴ Dit vraagt om ambitieuze Europese wetgeving op dit terrein. Hierbij wordt door het kabinet onder meer ingezet op hogere eisen

⁸ https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/13413-Digital-fairness-fitness-check-on-EU-consumer-law_en.

⁹ *Dark patterns* zijn manipulatieve of misleidende technieken die consumenten ertoe aan kunnen zetten om keuzes te maken die niet in hun belang zijn.

¹⁰ Behavioural study on unfair commercial practices in the digital environment: dark patterns and manipulative personalization: final report, Publications Office of the European Union, 2022, p. 120 <https://data.europa.eu/doi/10.2838/859030>.

¹¹ Virtuele objecten waarbij het op voorhand niet duidelijk is wat de gamer krijgt.

¹² Pay-to-win-mechanismen stellen spelers in staat items te kopen die hun kracht onevenredig vergroten in vergelijking met spelers die niet betalen.

¹³ Zie ook de gewijzigde motie van het lid Bontenbal c.s. (Kamerstuk 26 643, nr. 890) en de Kamerbrief van 16 december 2022 van de Staatssecretaris van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (Kamerstuk 26 643, nr. 948).

¹⁴ Zie ook: https://environment.ec.europa.eu/strategy/circular-economy-action-plan_en.

aan duurzaamheidsclaims en keurmerken.¹⁵ Dit gaat *greenwashing* tegen, helpt consumenten bij het maken van duurzame(re) keuzes en zorgt ervoor dat de ACM makkelijker kan optreden tegen misleidende of vage claims. Daarnaast heeft de Commissie recent haar voorstel voor het stimuleren van reparatie gepubliceerd.¹⁶ Het is belangrijk dat stappen worden gezet op het gebied van repareerbaarheid, zodat consumenten producten langer kunnen gebruiken.

Vervolg

De aangekondigde nationale acties ga ik omzetten in regelgeving. Daarnaast zal ik mijn inzet voor de fitness check actief uitdragen richting de Europese Commissie en andere stakeholders om op die manier maximale impact te bereiken. Vanzelfsprekend houd ik uw Kamer op de hoogte van de voortgang.

De Minister van Economische Zaken en Klimaat,
M.A.M. Adriaansens

¹⁵ Voorstel Empowering the Consumer for the Green Transition en de Green Claims richtlijn.

¹⁶ https://commission.europa.eu/law/law-topic/consumer-protection-law/consumer-contract-law/rules-promoting-repair-goods_en.