

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

475

Vragen van het lid **Spies** (CDA) aan de minister en de staatssecretaris van Economische Zaken over *agressieve werving van klanten door energiebedrijven*. (Ingezonden 14 oktober 2009)

1
Kent u het bericht «Veel irritaties over werving energiebedrijven»?¹

2
Wat vindt u ervan dat 71% de verkoop via de telefoon of aan de deur sowieso vervelend vindt?

3
Vindt u het acceptabel dat bedrijven onder meer misleidende en verkeerde informatie over energieprijzen verstrekken?

4
Bent u bereid de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (OPTA), de Consumentenautoriteit en de Nederlandse Mededingingsautoriteit (NMa) te vragen om op basis van de klachten van de Consumentenbond nader onderzoek te doen naar de wervingsmethoden van energiebedrijven?

5
Blijkt uit het feit dat energiebedrijven al jaren agressief en in strijd met de wet werven dat de regelgeving en instrumenten van de toezichthouders ontoereikend zijn? Hoeveel boetes

zijn er de laatste vijf jaar opgelegd aan energiebedrijven wegens onrechtmatige werving?

6
Zijn de boetes die toezichthouders op kunnen leggen hoog genoeg om afschrikwekkende werking te hebben, of verdienen de bedrijven zo veel extra door nieuwe klanten te werven, dat ze het risico op boetes voor lief nemen?

7
Deelt u de mening dat energiebedrijven zoals de Nederlandse Energiemaatschappij (NEM), die over de schreef gaan, met hoge boetes aangepakt moeten worden? Biedt de geldende regelgeving die ruimte?

8
Kunt u deze vragen vóór de begrotingsbehandeling van EZ beantwoorden?

¹ www.consumentenbond.nl, 7 oktober 2009.

Antwoord

Antwoord van minister **Van der Hoeven** (Economische Zaken), mede namens de staatssecretaris van Economische Zaken (ontvangen 27 oktober 2009)

1
Ja.

2
Ik maak me, net als u, zorgen over klachten en irritaties over werving. Naar aanleiding van de kamervragen

over werving, die u mij in de zomer heeft gesteld, heb ik dit ook benadrukt. Ik vind het van groot belang dat werving op een goede manier gebeurt binnen de regels die daarvoor gelden en dat de betrokken autoriteiten goed toezien op de rechten van de consument. Werving heeft al langer de aandacht van de NMa, de Consumentenautoriteit en de OPTA, mede op basis van de klachten die hierover binnenkomen bij ConsuWijzer. Alle drie de toezichthouders vinden het – net als ik – van belang dat consumenten op een correcte wijze worden bejegend, dat zij de juiste informatie ontvangen, en dat zij zonder problemen kunnen switchen.

3
Nee, dat vind ik niet acceptabel. Ik vind het van groot belang dat consumenten op een correcte wijze worden bejegend en de juiste informatie ontvangen. Alleen dan kunnen consumenten een goede afweging maken of zij in kunnen gaan op een aanbod en zijn zij in staat leveranciers op een juiste manier met elkaar te vergelijken. Daarom ook heeft de NMa de Richtsnoeren Informatieverstrekking aangescherpt, die nadere regels stellen aan de informatie die verstrekt moet worden bij telefonische werving, informatieverstrekking via internet of colportage. In de Richtsnoeren is onder meer bepaald wat moet worden verstaan onder «transparante informatie over tarieven» en onder

«transparante informatie over voorwaarden». Daarbij is aangegeven waaruit de tariefinformatie tenminste moet bestaan en wat essentiële voorwaarden zijn, zoals de looptijd van een contract en de voorwaarden voor beëindiging van een contract. Zo zal bijvoorbeeld het weglaten van bepaalde componenten bij de tariefopbouw als misleidende informatie worden beschouwd door de NMa.

De NMa houdt signalen over informatieverstrekking nauwlettend in de gaten en onderzoekt deze signalen ook op overtreding. Bij gebleken overtreding van de Richtsnoeren heeft de NMa steeds actie ondernomen die tot gedragsaanpassing heeft geleid. Naast de NMa ziet ook de Consumentenautoriteit er middels de regels voor oneerlijke handelspraktijken op toe dat er geen misleidende, onjuiste of onvolledige informatie verschaft mag worden over de belangrijkste kenmerken van een aangeboden product (dienst of goed), waaronder de prijs.

4

Ik vind dat de betrokken autoriteiten – net als bij elk signaal bij ConsuWijzer – het rapport serieus moeten bekijken. Het is vervolgens aan de toezichthouders zelf om te bepalen of er grond en noodzaak is tot een aanvullend onderzoek.

De toezichthouders hebben mij laten weten dat een eerste analyse van de klachten, die zijn binnen gekomen via de Consumentenbond, aangeeft dat het rapport in algemene zin goed aansluit bij het beeld dat al bestaat op basis van signalen via ConsuWijzer. Ik wil ook benadrukken dat er al een groot aantal instrumenten bestaat dat werving in goede banen moet leiden. Het kabinet heeft deze bovendien recent op onderdelen aangescherpt:

1. Ten eerste is sinds 1 oktober 2009 het wettelijk verplichte bel-me-niet register van kracht. Daarmee hebben consumenten een stevig instrument in handen bij telefonische verkoop. Telemarketingbedrijven mogen alleen consumenten benaderen als zij niet staan ingeschreven in het bel-me-niet register. De OPTA ziet hierop toe.

2. Ten tweede ziet de Consumentenautoriteit toe op naleving van de Wet oneerlijke handelspraktijken (hierna: Wet OHP), die ook van toepassing is op handelspraktijken van energieleveranciers. De Wet OHP

verbiedt in algemene zin het gebruikmaken van misleidende en agressieve handelspraktijken bij het aanbieden van een product. De Consumentenautoriteit heeft misleidende en agressieve werving via telemarketing dit jaar tot één van haar speerpunten gemaakt en doet op dit moment, in samenwerking met de OPTA, bijvoorbeeld ook onderzoek naar werving door de NEM.

3. De Consumentenautoriteit ziet ook toe op de Colportagewet.

Colportage is de traditionele huis-aan-huisverkoop. Zo heeft de consument op grond van de Colportagewet recht op een bedenktijd van acht dagen en kan de consument de colportageovereenkomst zonder opgaaf van reden ontbinden.

4. Tenslotte heeft de NMa de Richtsnoeren informatieverstrekking aangescherpt; deze gaan per 1 januari 2010 in werking. De Richtsnoeren zijn een uitwerking van artikel 95m lid 1-3 uit de Elektriciteitswet 1998 en artikel 52b lid 1-3 van de Gaswet en stellen nadere regels aan de energiesector, onder andere over welke informatie moet worden gegeven bij telefonische werving, colportage of informatieverstrekking via internet. Een goede informatievoorziening is van wezenlijk belang voor een effectieve bescherming van de consument. Daarnaast doet de NMa onderzoek naar de kwaliteit van prijsvergelijkingsites. De NMa zal naar alle waarschijnlijkheid in het eerste kwartaal van 2010 met de resultaten komen van dit onderzoek. Prijsvergelijkers moeten het de consument makkelijker maken energiebedrijven te vergelijken met elkaar en daarmee de overstapdrempels verlagen. Concluderend kan ik stellen dat de verschillende toezichthouders het belang van correcte werving goed op het netvlies hebben staan en op dit moment voldoende instrumenten in handen hebben om handhavend op te treden als dat moet.

5

In mijn antwoord op vraag 4 heb ik reeds uitvoerig de beschikbare instrumenten van de verschillende toezichthouders uiteen gezet. De toezichthouders vinden het net als ik van belang dat werving op een correcte manier gebeurt, daarom hebben zij werving ook tot een van de hoogste prioriteiten benoemd. De autoriteiten houden toezicht en

gebruiken daarbij onder meer de meldingen die binnen komen bij ConsuWijzer als signaalinformatie. Als daaruit blijkt dat bedrijven zich niet houden aan wet- en regelgeving, kunnen zij door de toezichthouders aangesproken worden op hun gedrag.

Zoals bij vraag 3 al is aangegeven, trekt de NMa elk signaal na en wordt de nodige actie ondernomen. In 2005 heeft de NMa een boete opgelegd aan Durion en heeft een onderzoek plaatsgevonden naar colportage door de NEM. Dat heeft bij beide leveranciers geleid tot het opnemen van voorschriften in de leveringsvergunning die zien op directe werving. Ook vindt op dit moment een onderzoek plaats door OPTA en Consumentenautoriteit naar de wervingsmethoden van de NEM. Lopende het onderzoek kunnen hier geen mededelingen over worden gedaan. De toezichthouders treden hierover zelf naar buiten wanneer dat aan de orde is. Over het bestaan van eventueel andere lopende onderzoeken kan ik geen mededelingen doen.

6

Ik heb vertrouwen in de effectiviteit van de instrumenten die de toezichthouders op dit moment ten aanzien van werving tot hun beschikking hebben. Zoals ik hierboven reeds aangaf, hoeft het doorgaans niet tot boetes te komen. De Consumentenautoriteit en OPTA kunnen beiden boetes uitdelen tot maximaal 450.000. De NMa heeft boetebeleidsregels die onlangs zijn aangescherpt en die hogere boeteplegging door de NMa mogelijk maken.

7

Ik deel de mening dat, als blijkt dat bedrijven zich niet houden aan wet- en regelgeving, er ingegrepen moet worden. Dat kan, zoals ook blijkt uit mijn antwoord op vraag 4, op verschillende manieren door de verschillende toezichthouders gebeuren. Er is geen aanleiding om te denken dat de beschikbare instrumenten onvoldoende effectief zouden zijn of dat de boetes te laag zouden zijn. Dat soort signalen hebben we niet gekregen van de toezichthouders. Wat betreft de NEM is op dit moment een onderzoek naar wervingsmethoden gaande. In juli is een onderzoek gestart door de

Consumentenautoriteit en OPTA naar de naleving van de Wet OHP, de Wet verkoop op afstand en de Telecommunicatiewet. De NEM heeft dit onderzoek zelf naar buiten gebracht en heeft aangegeven in juli te zijn gestopt met telefonische werving. Het onderzoek naar de NEM is, zoals eerder aangegeven, nog niet afgerond en daar kan ik dus geen mededelingen over doen. De toezichthouders zullen, zodra de onderzoeken zijn afgerond, zelf hiermee naar buiten treden. Als uit het onderzoek mocht blijken dat de NEM de wet heeft overtreden, dan kunnen OPTA en/of de Consumentenautoriteit, afhankelijk van welke wet is overtreden, ingrijpen. De toezichthouders hebben daar afdoende middelen voor.

8
Ja.