

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

2558

Vragen van het lid **Bouwmeester** (PvdA) aan de minister van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie over *de kosten van hotelkamers* (ingezonden 2 mei 2012).

Antwoord van minister **Verhagen** (Economische Zaken, Landbouw en Innovatie) (ontvangen 22 mei 2012).

Vraag 1

Heeft u kennisgenomen van het onderzoek van de Consumentbond over de marktmacht van boekingsites over de prijs van hotels?¹

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Herinnert u zich eerdere vragen over de hoge kosten die boekingsites voor hotelkamers in rekening brengen?² Bent u nog steeds van mening dat er geen reden tot zorg is?

Antwoord 2

Ja, ik herinner me die vragen. Prijsverschillen tussen de verschillende boekingskanalen kunnen legitieme oorzaken hebben, zoals ik in het vervolg van mijn antwoorden uiteenzet. Het is aan de relevante toezichthouders om te onderzoeken of er sprake is van overtreding van wettelijke bepalingen.

Vraag 3

Wat is uw reactie op de bevindingen van de Consumentenbond dat de strikte voorwaarden die boekingsites hanteren met betrekking tot de prijsstelling van hotelkamers de oorzaak is dat hotels op hun site andere prijzen hanteren dan wanneer telefonisch wordt geboekt? In uw antwoord op de eerder gestelde vragen noemde u dit vrije prijsvorming, vindt u dat nog steeds?

¹ <http://www.consumentenbond.nl/actueel/nieuws/nieuwsoverzicht-2012/nma-aandacht-voor-hotelprijzen/>

² Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2011–2012, nr. 1529.

Antwoord 3

In mijn antwoorden op de eerder door u gestelde vragen heb ik aangegeven dat een «online rate parity» clause, die hoteleigenaren verplicht een uniform prijsbeleid op internet te voeren, er voor hoteleigenaren niet aan in de weg staat om andere prijzen te hanteren als er telefonisch wordt geboekt. Het bevreemdt mij dan ook niet dat sommige hoteleigenaren verschillende prijzen voor verschillende kanalen hanteren. De «online rate parity» clause ziet niet op de hoogte van de prijs. Het staat hoteleigenaren dan ook vrij om zelf de hoogte van hun prijs te bepalen.

Vraag 4

Onderschrijft u de constatering van de Consumentenbond dat boekingssites door hun strikte voorwaarden een prijsopdrijvend effect op hotelkamers hebben en dat mensen dus teveel betalen?

Antwoord 4

De uiteindelijke prijs die een consument voor een hotelkamer betaalt, bestaat uit verschillende componenten zoals schoonmaakkosten, belastingen of bemiddelingskosten. Elk van deze componenten heeft een prijsverhogend effect op de uiteindelijke prijs voor een hotelkamer. Consumenten hebben de keuze om via verschillende kanalen een hotelkamer te boeken: via internet, telefonisch of aan de balie van het hotel. Het boeken via een bemiddelings-site is soms niet de goedkoopste manier. Tegenover de eventueel hogere prijs op een boekingssite staat immers een service: consumenten kunnen snel en gemakkelijk een overzicht krijgen van de verschillende hotels en via internet eenvoudig hun keuze boeken. Het is aan de consument zelf om al dan niet de prijzen te vergelijken en een overweging te maken of de prijs van de hotelkamer, ongeacht het verkoopkanaal, in verhouding staat tot de geleverde diensten. Ik kan de constatering van de Consumentenbond, dat mensen daarmee automatisch teveel zouden betalen voor een hotelkamer, dan ook niet onderschrijven.

Vraag 5 en 6

Heeft de Consumentenautoriteit voldoende mensen en mogelijkheden om hier onderzoek naar te doen? Zo ja, waar blijkt dat uit?

Welke rol ziet u voor de Consumentenautoriteit weggelegd in de communicatie hierover naar consumenten? Heeft de Consumentenautoriteit hiervoor voldoende mogelijkheden?

Antwoord 5 en 6

Het is aan de markt zelf om de prijs van hotelkamers te bepalen. De uiteindelijke prijs is een uitvloeisel van de eigen (economische) overwegingen van elk van de actoren op de markt voor hotelkamers. Ik acht het in beginsel niet wenselijk dat de overheid ingrijpt in deze prijsvorming. Het is echter wel belangrijk dat de overheid goede randvoorwaarden schept. Deze randvoorwaarden zijn vastgelegd in wet- en regelgeving waar ook hoteleigenaren, consumenten en boekingssites zich aan dienen te houden.

Zo houdt de Nederlandse Mededingingsautoriteit bijvoorbeeld toezicht op de naleving van de Mededingingswet hetgeen waarborgt dat geen verboden prijsafspraken worden gemaakt en dat geen misbruik van machtsposities wordt gemaakt. De Consumentenautoriteit houdt onder andere toezicht op de naleving van de Wet oneerlijke handelspraktijken en op prijstransparantie in de reisbranche. De Consumentenautoriteit heeft in haar agenda 2012 – 2013 ondoorzichtige prijzen in de reisbranche als één van de aandachtsgebieden genoemd.³ Daarbij wordt opgetreden tegen aanbieders die zich niet houden aan de regels over prijsvermeldingen als gevolg waarvan consumenten mogelijk geen bewuste keuzes hebben kunnen maken. Op de website van ConsuWijzer – het centrale informatieloket van de NMa, OPTA en de Consumentenautoriteit – worden consumenten reeds geïnformeerd over verschillende manieren waarop consumenten een accommodatie kunnen boeken.⁴ Daarnaast informeren private organisaties, waaronder de Consu-

³ Kamerstukken II 2011–2012, 27 879, nr. 12.

⁴ http://www.consuwijzer.nl/lk_wil_advies_over/Vakantie_en_vrijetijdsbesteding/Accommodatie/Basisinformatie/lk_wil_een_accommodatie_boeken_Hoe_gaat_dat

mentenbond, consumenten dat het in sommige gevallen goedkoper kan zijn om via een bepaald verkoopkanaal te boeken.