

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

987

Vragen van het lid **Hijink** (SP) aan de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over *de eenzijdige opgelegde commissieverhoging door Thuisbezorgd.nl* (ingezonden 4 december 2017).

Antwoord van Staatssecretaris **Keijzer** (Economische Zaken en Klimaat) (ontvangen 30 januari 2018).

Vraag 1

Kunt u een reactie geven op het bericht «Takeaway.com verhoogt commissie ondanks protest restauranthouders»?¹

Antwoord 1

Ja, middels onderstaande antwoorden.

Vraag 2

Hoe groot is het Nederlandse marktaandeel van Thuisbezorgd.nl in de online bestelde maaltijden?

Antwoord 2

De Autoriteit Consument en Markt (ACM) heeft in 2016 vooronderzoek gedaan naar Thuisbezorgd.nl. De ACM heeft dit gedaan naar aanleiding van een handhavingsverzoek. In het kader van het vooronderzoek heeft de ACM geen precieze marktafbakening uitgevoerd, maar in een studie van FoodService Instituut Nederland (FSIN) uit 2016, die wordt aangehaald in het vooronderzoek, wordt een marktaandeel van 25–35% genoemd voor Thuisbezorgd.nl op een markt voor bezorgmaaltijden (telefonisch en online).²

Vraag 3

Wat is uw mening over het feit dat Thuisbezorgd.nl in de beginjaren 6% commissie vroeg en dat dit percentage inmiddels is verhoogd naar 13%?

¹ <https://www.nu.nl/ondernemen/5027162/takeawaycom-verhoogt-commissie-ondanks-protest-restauranthouders.html>

² <https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/16784/Keuze-voor-consumenten-en-restaurants-voor-bezorgen-en-afhalen-van-maaltijden>

Antwoord 3

De commissie is onderdeel van een overeenkomst tussen private partijen. Ik kan niet beoordelen wat de tegenprestatie is die het platform voor deze commissie levert en kan daarom geen oordeel geven over de redelijkheid van de commissiehoogte. Het is ook overigens niet aan mij om een oordeel te geven over de redelijkheid van contractuele afspraken tussen individuele ondernemingen. Wel constateer ik dat er veel discussie is ontstaan over de ontwikkelingen in de markt voor bezorgmaaltijden. Ik zal hierover dan ook in gesprek gaan met Thuisbezorgd.nl

Vraag 4 en 5

Deelt u de mening dat eenzijdig opgelegde commissieverhogingen een vorm van machtsmisbruik zijn als een organisatie een dermate groot marktaandeel heeft?

Deelt u de mening dat de pariteitsclausule van Thuisbezorgd.nl, waardoor restaurants niet via hun eigen site een lagere prijs dan bij Thuisbezorgd kunnen bieden, misbruik van marktmacht is?³

Antwoord 4 en 5

Het is aan de ACM om als onafhankelijke toezichthouder op de Mededingingswet te oordelen of in een individuele casus sprake is van misbruik van een machtspositie of een andere overtreding van de Mededingingswet. De ACM heeft recent naar aanleiding van een klacht een vooronderzoek gedaan naar de pariteitsclausule van Thuisbezorgd.nl. De pariteitsclausule is onderdeel van een afspraak tussen een restaurant en Thuisbezorgd.nl en zorgt ervoor dat een restaurant op de eigen bezorgkanalen geen lagere prijs mag hanteren dan op de website van Thuisbezorgd.nl. De ACM heeft na het bestuderen van het handhavingsverzoek besloten geen verder onderzoek te doen omdat het volgens de ACM onwaarschijnlijk is dat de pariteitsclausule van Thuisbezorgd.nl tot schade voor de consument leidde. Daarom achtte de ACM verder optreden niet doeltreffend en doelmatig. De ACM constateerde dat de bezorging van maaltijden een groeiende markt is met innovatieve nieuwe toetreders. Ook bleek uit de analyse dat restaurants en consumenten voldoende mogelijkheden buiten Thuisbezorgd.nl hebben om afhaal- of bezorgmaaltijden respectievelijk aan te bieden of aan te schaffen. Dit kan bijvoorbeeld via een van de andere maaltijdplatforms, telefonisch, of via de eigen website van een restaurant.

Naast de analyse van de ACM constateer ik ook op basis van mediaberichtgeving dat recent diverse nieuwe platforms zijn ontstaan op de markt voor bezorgmaaltijd. Ik juich die ontwikkeling toe omdat deze concurrentie eraan kan bijdragen dat ondernemers en consumenten iets te kiezen hebben.

Vraag 6

Bent u bereid om pariteitsclausules als deze te verbieden om de keuzevrijheid van restaurants en andere horecazaken te waarborgen, zoals in andere Europese landen ook gebeurt?

Antwoord 6

Bij pariteitsclausules kan onderscheid gemaakt worden tussen de brede en de smalle pariteitsclausule. In de kern houdt de brede pariteitsclausule in dat nergens lagere prijzen zijn toegestaan dan op het platform met wie die afspraak is aangegaan. Bij de smalle clausule is de afspraak dat een ondernemer geen lagere prijzen mag bieden op eigen verkoopkanalen, maar wel op andere platforms. Dit soort clausules kunnen redelijk zijn om de kwaliteit en het verdienmodel van een platform te beschermen maar kunnen ook mededingingsproblemen veroorzaken.

Eenzijds kan zonder dergelijke clausules een situatie ontstaan waarin een ondernemer profiteert van de voordelen van een platform zonder daarvoor commissie te betalen. Een ondernemer kan dan namelijk door een lagere prijs op de eigen website de transacties buiten het platform laten verlopen. Anderzijds kunnen deze clausules ook mededingingsproblemen veroorzaken en een vrije prijsstelling door o.a. horecazaken belemmeren. Met name bij

³ <https://nos.nl/artikel/2205086-restaurants-boos-thuisbezorgd-zet-commissieverhoging-door.html>

hotelboekingsites hebben mededingingsproblemen ertoe geleid dat verschillende EU-landen maatregelen hebben genomen. Een aantal landen waaronder Italië, Oostenrijk en Frankrijk heeft de pariteitsclausules bij wet verboden. In Duitsland heeft de mededingingstoezichthouder de smalle pariteitsclausules bij specifieke hotelboekingsplatforms verboden op grond van het mededingingsrecht. De mededingingsautoriteiten van een groot aantal andere Europese landen, waaronder Nederland, hebben in 2015 grote hotelplatforms bewogen om hun brede pariteitsclausule te veranderen in een smalle clausule om te zorgen voor meer concurrentie tussen platforms. Uit de evaluatie van deze maatregel blijkt dat dit een positief effect heeft gehad op de concurrentie.

Omdat de clausules ook voordelen kunnen bieden en de effecten van de clausules per markt kunnen verschillen, zie ik nu geen aanleiding voor verdergaande maatregelen zoals een verbod op het gebruik van deze clausules.

Vraag 7

Deelt u de mening dat hier sprake is van misbruik van inkoopmacht en dat de Autoriteit Consument en Markt tot taak heeft hier toezicht op te houden?

Antwoord 7

Platforms zijn tussenpersonen. Ze brengen de vraag van consumenten en het aanbod van ondernemers bij elkaar. In die zin is er bij een platform geen sprake van een inkooprelatie zoals bijvoorbeeld bij een supermarkt en een groothandel. Dit neemt niet weg dat een platform zijn machtspositie kan misbruiken ten nadele van ondernemers en consumenten. Het is aan de ACM om in individuele gevallen te bepalen of daarvan sprake is.

Naast het voorkomen van misbruik van een economische machtspositie zoals verboden in de Mededingingswet, is het van belang dat ondernemingen onderling geen oneerlijke handelspraktijken toepassen. De Europese Commissie heeft onderzoek gedaan naar de relatie tussen platforms en ondernemers die gebruikmaken van platforms.⁴ Ze heeft hierbij bijvoorbeeld gekeken naar de voorwaarden die platforms hanteren. De Commissie komt naar verwachting in de eerste helft van dit jaar met een voorstel om deze relatie te bevorderen. Ik wacht dit voorstel met belangstelling af.

⁴ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/platforms-to-business-trading-practices>