

LIJST VAN VRAGEN

De vaste commissie voor Economische Zaken en Klimaat heeft een aantal vragen voorgelegd aan de Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat over de **Consumentenagenda: houvast bij voortdurende verandering (Kamerstuk 27 879, nr. 64)**.

De voorzitter van de commissie,
Diks

De adjunct-griffier van de commissie,
Jansma

- | Nr. | Vraag |
|------------|--|
| 1 | Is, na de samenvoeging van de Consumentenautoriteit met de Nederlandse Mededingingsautoriteit en de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit en het verdubbelen van het absolute boetemaximum, de Autoriteit Consument en Markt (ACM) feitelijk krachtiger gaan optreden tegen overtredingen van consumentenre- gels? |
| 2 | Klopt dat op het terrein van eventuele overtredingen voor wat betreft telemarketing sinds 2012 geen boetes zijn opgelegd? Zo ja, wat valt daaruit dan af te leiden? |
| 3 | Welke uitgangspunten hanteert de Staatssecretaris met het oog op het behouden van een gelijk speelveld voor Nederlandse onderne- mers met het oog op haar voornemen om, alhoewel Europese wetgevingstrajecten cruciaal zijn voor consumentenbeleid, als coördinerend bewindspersoon haar nationale invloedssfeer te benutten om de positie van de Nederlandse consument te versterken? |
| 4 | Hoe denkt de Staatssecretaris het gelijk speelveld voor Neder- landse ondernemers te kunnen borgen? |
| 5 | Welke inzet zal worden gepleegd op (Europees) handhaven van een gelijk speelveld? |
| 6 | Welke signalen over irritatie door telemarketing ontving de Staatssecretaris? |
| 7 | Is er een overzicht beschikbaar van de door de Staatssecretaris ontvangen signalen over irritatie door telemarketing? |
| 8 | Welke irritaties door telemarketing zijn specifiek benoemd? |
| 9 | Wat is de verhouding van de gesignaleerde irritaties ten opzichte van de totale inzet op telemarketing in Nederland? |
| 10 | Zijn er getallen bekend van irritaties van (voormalige) klanten over het gebeld worden door ondernemers of fonds wervende instellingen? |
| 11 | Welke klachten kwamen naar voren in het consumentenonder- zoek? |
| 12 | Zijn er cijfers beschikbaar over hoeveel consumenten er geen moeite mee hebben om via telemarketing benaderd te worden of het zelfs als prettige dienstverlening ervaren? |
| 13 | Wat was de vraagstelling in het onderzoek? Hoe representatief was het onderzoek? |
| 14 | Zijn er, naast generieke cijfers over telemarketing, cijfers over het aantal gesprekken met bestaande of voormalige klanten en het percentage mogelijke irritatie die hierbij ontstaat? |
| 15 | Is duidelijk waar genoemde irritatie door ontstaat en is deze onder te verdelen in bijvoorbeeld een aantal deelproblemen? |
| 16 | Is inzichtelijk of consumenten bij elk contact irritatie ervaren of slechts bij een deel? |
| 17 | Is er een analyse van de daadwerkelijke impact op consumenten? |
| 18 | Wat is de cijfermatige onderbouwing voor de vaststelling dat uit het onderzoek blijkt dat ongeveer de helft van de consumenten klachten heeft naar aanleiding van telemarketing? |
| 19 | Kan de Kamer geïnformeerd worden over de werking van het Bel-Me-Niet-Register? |
| 20 | Wordt het Register veel gebruikt? |
| 21 | Kunnen mensen die niet gebeld willen worden, het Register makkelijk vinden? |
| 22 | Hoe staat het met de bekendheid van het Register? |
| 23 | Hoe effectief is het Register? |
| 24 | Zijn de mensen die zich hebben ingeschreven tevreden over het Register? |
| 25 | Wat gebeurt er met marketeers die toch consumenten bellen, ook al hebben die in het Register aangegeven daar niet van gediend te zijn? |

- Nr. Vraag**
- 26 Wat brengt de Staatssecretaris tot de conclusie dat het Register kennelijk onvoldoende bescherming biedt aan consumenten?
- 27 Is er nagedacht over mogelijke verbeteringen aan het Register om de kennelijk onvoldoende bescherming op een hoger niveau te krijgen?
- 28 Klopt het dat consumenten die al in het Register staan elke keer als zij telefonisch contact hebben – ook als zij (voormalig) klant zijn en er géén irritatie is over de telemarketing actie – wettelijk verplicht de vraag krijgen voorgelegd of zij in het Register willen worden opgenomen? Zo ja, zou dit kunnen bijdragen aan irritaties over telemarketing en zou niet eerst deze kromme situatie moeten worden opgelost?
- 29 Is met marketeers gesproken over de kennelijke irritaties en is hen de kans geboden met nadere zelfregulering te komen om die kennelijke irritaties weg te nemen?
- 30 Is een analyse gemaakt over de wettelijke basis van het Register? Zijn daarin mogelijke verbeteringen geïdentificeerd?
- 31 Zijn er andere Europese landen waar een goed werkend Register (opt-out) wordt omgezet in een wettelijk verplicht opt-in regime? Zo niet, waarom is dat wel zo in Nederland?
- 32 Welke problemen, irritaties en klachten van consumenten worden precies opgelost met een opt-in regime die niet op een andere wijze kunnen worden opgelost?
- 33 Welke consequenties heeft een opt-in regime voor ondernemers?
- 34 Hoe is het belang van ondernemers gewogen in de keuze voor een opt-in regime?
- 35 Wat is de geschatte impact van de keus voor een opt-in regime voor de (Nederlandse) economie?
- 36 Zijn er ondernemers die last krijgen van een opt-in regime terwijl zij geen bijdrage leveren aan de kennelijke irritaties, en zo ja welke zijn dit?
- 37 Welke consequenties heeft een opt-in regime voor het zogenaamde fonds Wervende instellingen en goede doelen?
- 38 Hoe is het belang van deze instellingen gewogen in de keuze voor een opt-in regime?
- 39 Wat is de geschatte impact van de keus voor een opt-in regime voor het totaal aan jaarlijkse schenkingen, donaties, afdrachten en dergelijke?
- 40 Wat is de analyse of er andere belanghebbende partijen zijn die last krijgen van een opt-in regime?
- 41 Hoe is gewogen of de eventuele impact opweegt tegen de keus voor een opt-in regime?
- 42 Welke criteria denkt de Staatssecretaris te hanteren bij haar overweging een termijn te stellen waarbinnen contact mag worden opgenomen met (voormalige) klanten?
- 43 Hoe wordt het belang van ondernemers daarin meegenomen en voldoende geborgd?
- 44 Erkent de Staatssecretaris bijvoorbeeld het belang voor ondernemers om bestaande of voormalige klanten te kunnen benaderen om deze te wijzen op aanvullende of verbeterde dienstverlening?
- 45 Leidt het stellen van een termijn niet tot versnippering van de Europese eengemaakte markt?
- 46 Is het sowieso niet ondoenlijk om voor een diversiteit aan producten of diensten en soorten bedrijven een termijn vast te stellen waarna (voormalige) klanten niet meer benaderd zouden mogen worden, ook omdat de verwachting van klanten vanwege het karakter van product, dienst of bedrijf immers enorm kunnen verschillen?

- Nr. Vraag**
- 47 Is overwogen het stellen van een termijn dichter bij ondernemers en hun relatie met hun klanten te laten liggen? Bijvoorbeeld door een termijn op te nemen in (sectorale) zelfregulering, waarbinnen bedrijven een afweging dienen te maken tussen het commercieel belang enerzijds en de redelijke verwachtingen van klanten anderzijds?
- 48 Is nagedacht over alternatieven voor het eventueel opleggen van een termijn?
- 49 Hoe wordt het belang van andere belanghebbende partijen (andere dan ondernemers) meegenomen en voldoende geborgd?
- 50 Hoe denkt de Staatssecretaris tot een selectie te komen van concrete onderwerpen om aan te pakken om zo Nederlandse bedrijven en consumenten beter en sneller te ondersteunen bij de digitale transformatie van markten?
- 51 Hoe worden de door de Staatssecretaris aangekondigde pilots vormgegeven waarin met online marktplaatsen tot manieren gekomen moet worden om consumenten op doeltreffende wijze van juiste informatie voorzien?
- 52 Wanneer zijn deze pilots gepland?
- 53 Met wie worden deze pilots uitgevoerd?
- 54 Wat is de doelomschrijving en hoe wordt geëvalueerd of de pilots hun doel hebben bereikt?
- 55 Heeft de Staatssecretaris op Europees niveau voortgang geboekt op het gebied van het stellen van minimale veiligheidseisen aan Internet of Things (IoT)-apparaten? Zo ja, wat is die voortgang?
- 56 Heeft de Staatssecretaris op nationaal niveau voortgang geboekt op het gebied van het stellen van minimale veiligheidseisen aan IoT-apparaten? Zo ja, wat is die voortgang?
- 57 Hoe gaat de Staatssecretaris er verder voor zorgen dat consumenten duidelijke informatie krijgen over hun rechten bij wereldwijde aankopen van IoT-producten?
- 58 Gaat de Staatssecretaris afspraken maken met bijvoorbeeld Amazon en Alibaba over het informeren van Nederlandse klanten over hun rechten en het gebrek hieraan?
- 59 Welke andere manieren gaat de Staatssecretaris inzetten om verschillen in consumentenrechten tussen Nederland, de EU en de rest van de wereld?
- 60 Klopt het dat de garantietermijn van een EU-lidstaat straks ook de termijn wordt waarop winkeliers een verplichting krijgen inzake het verstrekken van software-updates?
- 61 Betekent dit dat winkeliers voor bijvoorbeeld een (dure) computer nog jaren verplicht zullen zijn in updates te voorzien? Is dat alsdan proportioneel?
- 62 Klopt het dat in de overgrote meerderheid van de EU-lidstaten een updateverplichting maximaal twee jaren duurt net als hun garantietermijn? Zo ja, wat doet dit dat met het concurrentievermogen van ondernemers en wat betekent dit voor de wenselijke duidelijkheid voor consumenten?
- 63 Met welke betrokken partijen (aanbieders van internettoegang en anders) heeft de Staatssecretaris gesproken, of gaat zij spreken, over minimale veiligheidseisen voor IoT-apparaten?
- 64 Worden in deze gesprekken ook veiligheidseisen omtrent privacy meegenomen?
- 65 Van welke partijen behalve aanbieders van internettoegang denkt de Staatssecretaris dat zij ook een rol te spelen hebben op het gebied van de veiligheid van IoT-apparaten? Is zij reeds met deze partijen in gesprek?

- Nr. Vraag**
- 66 Wat is het concrete doel van de doorlichting van handhavingsmogelijkheden die de Staatssecretaris in overleg met toezichthouders zal doen?
- 67 Wat is de planning van de doorlichting van handhavingsmogelijkheden en hoe wordt de Kamer op de hoogte gehouden?
- 68 Gaan de Staatssecretaris en de ACM de meerwaarde van kopen bij bedrijven met tweezijdige consumentenvoorwaarden en aansluiting bij de geschillencommissie actiever onder de aandacht brengen bij consumenten?
- 69 Wat is de planning van de bewustwordingscampagne «recht hebben, recht halen»?
- 70 Welke organisaties dragen bij aan de bewustwordingscampagne «recht hebben, recht halen»?
- 71 Klopt het dat Nederland een onbepaalde garantietermijn hanteert, en dat 23 EU-landen een garantietermijn hanteren?
- 72 Klopt het dat slechts 7% van de Nederlandse consumenten de wettelijke garantietermijn kent?
- 73 Wat kost de Nederlandse onduidelijke, onbepaalde garantietermijn het midden- en kleinbedrijf (mkb)?
- 74 Hoeveel geschillen vinden er per jaar plaats over non-conformiteit als gevolg van de onduidelijke garantietermijn?
- 75 Krijgen Nederlandse winkeliers van Europese leveranciers ook regresrecht voor een onbepaalde termijn?
- 76 Zo niet, schaadt dit hun positie ten opzichte van Europese concurrenten?
- 77 Is een campagne «recht hebben recht halen» zinvol zolang er kennelijk onduidelijkheid is over de Nederlandse garantietermijn?
- 78 Is het zinvol om conformiteit- en garantieregels een prominente plek in de bewustwordingscampagne te geven zolang de betreffende regels in Nederland zo ingewikkeld en onduidelijk zijn voor zowel winkeliers als consumenten?
- 79 Klopt het dat het vrijwel onmogelijk is om als consument je recht te halen in geval van een non-conform product dat bij een Chinese website is besteld?
- 80 Zou de campagne «recht halen» zich niet ook nadrukkelijk moeten richten op de risico's van internetaankopen uit China?
- 81 Gaat de Staatssecretaris aandacht besteden aan de potentiële onveiligheid van consumentenproducten die rechtstreeks uit derde landen zoals China worden besteld?