

Ministerie van Economische Zaken

> Retouradres Postbus 20101 2500 EC Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA 's-GRAVENHAGE

**Directoraat-generaal voor
Energie en Telecom**
Directie Energiemarkt

Bezoekadres
Bezuidenhoutseweg 30
2594 AV Den Haag

Postadres
Postbus 20101
2500 EC Den Haag

Factuuradres
Postbus 16180
2500 BD Den Haag

T 070 379 8911 (algemeen)
www.ez.nl

Datum

Betreft Beantwoording schriftelijke vragen van het lid Spies over werving door energiebedrijven

Ons kenmerk
ET/EM / 10017397

Bijgaand zend ik u, mede namens de staatssecretaris van Economische Zaken, de antwoorden op de vragen die zijn gesteld door het lid Spies over agressieve verkoopmethoden van energiebedrijven. De vragen werden mij toegestuurd op 14 januari 2010 onder nummer 2010Z00582.

1

Kent u de uitzending van Kassa waarin te zien is dat energiebedrijven nog steeds agressieve verkoopmethoden hanteren?

Antwoord

Ja.

2

Deelt u het oordeel dat de verkooppraktijken van in dit geval Oxxio, de Nederlandse Energie Maatschappij en Nuon, waarin consumenten misleid worden laakbaar zijn en bestreden moeten worden?

Antwoord

Ik deel uw zorgen over de uitzending van Kassa over colportage door energiebedrijven. Het is verboden om consumenten op een misleidende of agressieve wijze over te halen tot de aanschaf van een product of dienst. Hier moet dan ook een einde aan komen. Consumenten voelen zich overvallen of geïntimideerd en dit mag niet gebeuren. Ik hecht er sterk aan dat consumenten op een correcte manier worden bejegend en al die informatie ontvangen die zij nodig hebben om een weloverwogen besluit te nemen. Dit soort gevallen draagt niet bij aan het benodigde vertrouwen van consumenten in de energiemarkt.

3

Bent u bereid te laten onderzoeken op welke schaal en in welke omvang deze agressieve vorm van huis-aan-huisverkoop voorkomt en handhavend op te treden?

Antwoord

Uit contacten met de redactie van Kassa maak ik op dat naar aanleiding van de uitzending een grote hoeveelheid reacties is binnengekomen met soortgelijke klachten, ook van andere energieleveranciers. De toezichthouders hebben aangegeven dat zij sinds 1 oktober 2009 circa 200 signalen hebben ontvangen over colportage door energieleveranciers. Ik wil daarom weten of er sprake is van een structureel probleem en heb de toezichthouders gevraagd dit uit te zoeken en aan te geven of sprake is van individuele problemen die met bestaande handhavingsinstrumenten afdoende kunnen worden aangepakt of dat aanvullende structurele maatregelen noodzakelijk zijn. Ik heb de toezichthouders gevraagd mij voor 1 mei 2010 te informeren over de (voorlopige) resultaten.

De NMa en de Consumentenautoriteit hebben inmiddels het Meldpunt colportage energiebedrijven opgericht op www.consuwijzer.nl. Bij dit Meldpunt kunnen consumenten via mail of telefoonnummer klachten over colportage indienen. Het is belangrijk dat de toezichthouders signalen krijgen via het meldpunt over mogelijke misstanden. Ik roep consumenten die menen de dupe te zijn van misleidende of agressieve werving op dit zo snel mogelijk te melden via ConsuWijzer. Het meldpunt blijft tenminste de komende drie maanden in de lucht en zal langer worden opgehouden als aard en omvang van de klachten daartoe aanleiding geven, maar via ConsuWijzer kunnen uiteraard altijd signalen en klachten worden doorgegeven.

4

Wat is de belangrijkste reden dat energiebedrijven opnieuw agressieve verkoopmethodes hanteren? Zijn deze methodes een bewuste keuze van de bedrijven, of hebben ze onvoldoende gedaan om de verkopers te trainen? Vormen de variabele beloningen van verkopers een verkeerde prikkel? Hebben de sancties die toezichthouders op kunnen leggen voldoende afschrikwekkende werking?

Antwoord

In een concurrerende energiemarkt is het belangrijk dat consumenten zelf, goed geïnformeerd, een energieleverancier kunnen kiezen en gemakkelijk kunnen overstappen van de ene naar de andere leverancier. Ik ben er ook niet tegen dat leveranciers in de strijd om de gunst van de consument actief nieuwe klanten werven. Net als in veel andere sectoren is persoonlijke verkoop en verkoop op afstand belangrijk voor energieleveranciers. Maar de spelregels moeten wel gerespecteerd worden. De drie betrokken bedrijven in de uitzending van Kassa (Oxxio, NLEnergie, NUON) hebben aangegeven dat het incidenten betreft en dat het niet om bewuste keuzes gaat, of dat de getoonde praktijken op grond van instructies vanuit de bedrijven plaatsvindt. Zij hebben aangegeven de getoonde gang van zaken zeer te betreuren en alles in het werk te zullen stellen om dit soort praktijken in de toekomst te voorkomen, bijvoorbeeld door verzwarende van het kwaliteitsprotocol en door het gebruik van het Kassa-beeldmateriaal om in trainingen verkopers te laten zien hoe het niet moet. Ik heb daarnaast de sector, via de brancheorganisaties EnergieNed en VME, aangesproken op hun verantwoordelijkheid stappen te nemen om dit soort misstanden te voorkomen en

te borgen dat verkopers zich aan de regels houden. De brancheorganisaties treden hierover in overleg met hun leden. Ik heb VME en EnergieNed gevraagd daarbij tevens te bezien welke rol de door u genoemde prikkels spelen en mij over de uitkomsten van deze gesprekken te informeren. Ik verwacht van hen een stevig signaal dat zij en hun leden, meer dan nu het geval, er alles aan zullen doen om dit soort situaties in de toekomst tot een absoluut minimum te beperken.

5

Deelt u de mening dat de eigen codes, de bestaande wetgeving en handhavingstrategie onvoldoende zijn om deze verkoopmethoden uit te bannen, nu hier wederom sprake van is? Indien nee, waarom gaat dan weer mis, terwijl u in antwoord op eerdere vragen benadrukt dat er 'een groot aantal instrumenten bestaat' om de werving in goede banen te leiden en dat dit 'een van de hoogste prioriteiten' van toezichthouders is?

Antwoord

Agressieve werving heeft de voortdurende aandacht van zowel de NMa als de Consumentenautoriteit. Telefonische werving is in 2009 met succes aangepakt via het wettelijk bel-me-niet-register. Inmiddels telt het register meer dan vier miljoen inschrijvingen. Ook zijn de Consumentenautoriteit en de OPTA medio 2009, zoals in antwoord op eerdere vragen aangegeven, een onderzoek gestart bij een energieleverancier naar telefonische werving. Mogelijk neemt door het succes van het bel-me-niet-register de werving aan de deur weer wat toe ten opzichte van de afgelopen jaren. Omdat bij colportage de consument persoonlijk en vaak thuis wordt benaderd, worden aan deze vorm van werving extra eisen gesteld in de Colportagewet. Zo heeft de consument recht op een bedenktijd van acht dagen en kan de consument de colportage - overeenkomst zonder opgaaf van reden ontbinden. In de Wet oneerlijke handelspraktijken (wet ohp) staat dat een ondernemer geen gebruik mag maken van agressieve verkoopmethoden. Met deze wetgeving in de hand kan de Consumentenautoriteit stevig optreden met boetes oplopend tot € 450.000,- euro. Op naleving van de regels van zowel de Wet OHP als de Colportagewet houdt de Consumentenautoriteit toezicht. De NMa houdt daarnaast toezicht op de naleving van de Richtsnoeren Informatieverstrekking Energieleveranciers aan Consumenten. Deze Richtsnoeren stellen nadere regels aan de informatie die verstrekt moet worden bij telefonische werving, informatieverstrekking via internet of colportage. Per 1 januari heeft de NMa deze Richtsnoeren aangescherpt.

Indien er sprake is van overtreding van wet- en regelgeving kunnen beide autoriteiten vanuit hun eigen taken en bevoegdheden (gecoördineerd) optreden. Ik heb thans geen aanleiding om te kunnen concluderen dat de bestaande wetgeving en handhavinginstrumenten onvoldoende geschikt zijn om dit soort problematiek aan te pakken. Zoals aangegeven heb ik de toezichthouders gevraagd om te onderzoeken of in dit geval sprake is van structurele problemen en mij te informeren als blijkt dat het bestaande handhavinginstrumentarium onvoldoende handvatten biedt om effectief op te kunnen treden.

6

Welke wijzigingen in handhavingstrategie dan wel beleid zijn naar uw oordeel noodzakelijk om agressieve verkoop door energiebedrijven te voorkomen?

Antwoord

Zowel de NMa als de Consumentenautoriteit hebben misleidende of agressieve werving, of dat nou telefonisch is of aan de deur, tot één van de prioriteiten voor 2010 benoemd en zijn extra alert op signalen hierover. De Consumentenautoriteit heeft bij het bepalen van de prioriteiten voor 2010 ingeschat dat de invoering van het bel-me-niet-register mogelijk leidt tot andere methodes voor werving zoals colportage. Agressieve of misleidende werving, waaronder het verstrekken van onjuiste of onvolledige informatie, of dat nu via de telefoon of aan de deur is, houdt de Consumentenautoriteit in 2010 dan ook scherp in de gaten. In dit kader zal de Consumentenautoriteit in maart een voorlichtingsactie starten om consumenten beter te informeren over hun rechten bij colportage. Ook de NMa richt zich in 2010 op werving. Per 1 januari 2010 zijn de Richtsnoeren Informatieverstrekking aangescherpt, die nadere regels stellen aan de informatie die verstrekt moet worden bij telefonische werving, informatieverstrekking via internet of colportage. De NMa zal in 2010 toezien op de naleving van deze hernieuwde Richtsnoeren.

(w.g.) Maria J.A. van der Hoeven
Minister van Economische Zaken