

Ministerie van Economische Zaken

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Eerste Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 22
2513 AA 's-GRAVENHAGE

Datum 4 maart 2016
Betreft Antwoord op vragen naar aanleiding van de evaluatie van de ACM

Geachte Voorzitter,

Hierbij beantwoord ik enkele vragen die naar aanleiding van de evaluatie van de ACM gesteld zijn door de leden van de D66-fractie uit de vaste commissie voor Economische Zaken van uw Kamer. Ik heb deze vragen ontvangen per brief van 11 februari 2016 met kenmerk 158494.

De leden van de D66-fractie vroegen hoe in de expertise en het beleid van de ACM systematisch rekening gehouden wordt met gedragseconomie. Het gebruik van gedragseconomische inzichten is belangrijk voor een doeltreffende en doelmatige toezichthouder. De ACM heeft mij laten weten haar expertise op dit terrein versterkt te hebben. Bij de ACM werken inmiddels een aantal sociaal-psychologen, gedragseconomen en mensen met kennis van experimentele economie. De ACM meldt bovendien te investeren in het uitbreiden van kennis op dit terrein door onder meer het verder opleiden van werknemers en het geven van (interne) trainingen. Ook publiceert de ACM regelmatig op deze thema's.

De leden van de D66-fractie vroegen in hoeverre het van belang is dat de ACM in haar beleid rekening houdt met de conclusies uit de 'behavioural industrial organization'-literatuur.

Het is van belang dat de ACM in haar toezicht aansluit bij de actuele stand van wetenschap en techniek rond het houden van toezicht. De evaluatie van de ACM van december 2015 laat zien dat de ACM dit doet. De onderzoekers beschrijven dat er binnen de ACM focus is op kennisontwikkeling en dat er externe expertise wordt betrokken van bijvoorbeeld kennisinstituten. De ACM heeft mij naar aanleiding van deze vraag bovendien laten weten veel aandacht voor kennis van markten en consumenten te hebben. 'Behavioural Industrial Organisation' is volgens de ACM een relatief jong gebied in de economische wetenschap dat nog volop in ontwikkeling is. De ACM heeft mij daarom gemeld vooralsnog gepast voorzichtig om te gaan met het toepassen van de inzichten uit deze literatuur, maar deze aandachtig te blijven volgen.

De leden van de D66-fractie vroegen verder in hoeverre het huidige artikel 2, vijfde lid, van de Instellingswet Autoriteit Consument en Markt de ACM de

**Directoraat-generaal
Energie, Telecom &
Mededinging**

Directie Mededinging en
Consumenten

Bezoekadres

Bezuidenhoutseweg 73
2594 AC Den Haag

Postadres

Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Factuuradres

Postbus 16180
2500 BD Den Haag

Overheidsidentificatienr

00000001003214369000

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

Ons kenmerk

DGETM-MC / 16028856

mogelijkheid geeft rekening te houden met gedragseconomische inzichten, en, indien dit artikel hier geen ruimte voor biedt, er bereidheid is dit artikel te heroverwegen.

Artikel 2, vijfde lid, van de Instellingswet luidt thans: "De werkzaamheden van de Autoriteit Consument en Markt hebben tot doel het bevorderen van goed functionerende markten, van ordelijke en transparante marktprocessen en van een zorgvuldige behandeling van consumenten. Zij bewaakt, bevordert en beschermt daartoe een effectieve concurrentie en een gelijk speelveld op markten en neemt belemmeringen daarvoor weg." Het gepast inzetten van gedragseconomische inzichten past hierbinnen. Dit zal ook gelden na inwerkingtreding van het wetsvoorstel verhoging boetemaxima ACM, waarin de formulering van dit artikel enigszins gewijzigd wordt.

De leden van de D66-fractie vroegen tot slot of het succes van ACM-campagnes is af te meten aan de mate waarin mensen de campagnes kennen, of aan de mate waarin campagnes gedrag beïnvloeden.

De ACM heeft mij laten weten dat het belangrijkste doel van de campagnes van de ACM is om consumenten meer bewust te maken van de keuzes die zij hebben, hen te stimuleren om op te komen voor hun rechten en hen te informeren over wat de gevolgen zijn van de keuzes die zij kunnen maken. Deze campagnes lopen veelal via de Consuwijzer. Het bereik van de Consuwijzer is dan ook een belangrijke indicator of deze doelen ook worden gehaald. Uit de evaluatie van de ACM komt naar voren dat Consuwijzer van de ACM goed werkt en dat consumenten de Consuwijzer goed weten te vinden. Uiteindelijk is het aan de (goed geïnformeerde) consument om zelf zijn keuze te bepalen.

(w.g.) H.G.J. Kamp
Minister van Economische Zaken