

Aan

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

Datum	Uw kenmerk	Ons kenmerk	Bijlage(n)
12 december 2008		EP/EMC / 8192129	

Onderwerp

Antwoorden op de vragen van het lid Gerkens (SP) over de servicekosten van ticketbureaus

Bijgaand zend ik u de beantwoording van de vragen van het kamerlid Gerkens (SP) aan de staatssecretaris van Economische Zaken over de servicekosten van ticketbureaus (2080905760, ingezonden 20 november 2008).

1

Herinnert u zich uw antwoord op mijn vragen van 18 oktober 2005 over ticketbureaus?<sup>1</sup>  
Bent u nog steeds van mening dat er voldoende keuze is voor de consument om zijn kaartje aan te schaffen en dat er dus geen sprake is van gedwongen winkelnering?<sup>2</sup>

Antwoord

Ja.

Voor de meeste culturele evenementen (zoals optredens van nationale artiesten en theatervoorstellingen) heeft de consument voldoende keuze voor wat betreft het evenementenaanbod en het verkoopkanaal door middel waarvan hij zijn toegangskaart kan kopen. Dit soort culturele evenementen worden op verschillende momenten en op verschillende locaties aangeboden. Bovendien kan de consument voor de aankoop van toegangskaarten ook veelal kiezen tussen verschillende verkoopinstanties, zoals een VVV-kantoor, een uitbureau of het theater zelf.

Voor bepaalde culturele evenementen, zoals concerten van grote internationale artiesten, heeft de consument echter minder keus. Dit komt vooral doordat dit soort evenementen in Nederland slechts door enkele organisatoren aangeboden worden op een beperkt aantal

---

<sup>1</sup> Aanhangsel handelingen nr. 344, vergaderjaar 2005-2006

<sup>2</sup> Radar, 17 november 2008

Bezoekadres	Doorkiesnummer	Telefax
Bezuidenhoutseweg 30	(070) 379 8032	(070) 379 6094

Hoofdkantoor	Telefoon 070-379 6106	Behandeld door
Bezuidenhoutseweg 30	Telefax 070-379 6154	<b>K. Saïdi</b>
Postbus 20101	Email f.heemskerk@minez.nl	
2500 EC 's-Gravenhage	Website www.minez.nl	<i>Verzoeken bij beantwoording van deze brief ons kenmerk te vermelden</i>

momenten en locaties. Daarnaast blijkt in de praktijk dat de officiële kaartverkoop – tegen de oorspronkelijke prijs– veelal plaatsvindt binnen een verkoopkanaal. Indien de consument bereid is een hogere prijs dan de oorspronkelijke prijs voor een toegangkaart te betalen, dan kan hij gebruik maken van dienstverlening van tussenhandelaren die toegangskarten veelal via het internet te koop aanbieden.

Zoals in de beantwoording op uw vragen van 18 oktober 2005 (TK 2005-2006, 344) is aangegeven, kan in het geval één voorverkooporganisatie is belast met de verkoop van toegangskarten sprake zijn van een economische machtspositie. Zolang echter geen misbruik wordt gemaakt van de economische machtspositie, wordt de Mededingingswet niet overtreden. In het geval slechts voor één cultureel evenement de voorverkoop exclusief is gegund, is er in beginsel geen sprake van een economische machtspositie.

2

Wat is uw mening over servicekosten die per kaart worden gerekend en niet per transactie? Vindt u dergelijke kosten in verhouding tot de dienst? Zo ja, waarom?

Antwoord

Het is niet aan mij te oordelen of de servicekosten per kaart of per transactie in rekening moeten worden gebracht en/ of deze kosten in verhouding staan tot de geleverde dienst.

De prijs voor servicekosten wordt door de markt bepaald.

Indien een consument vindt dat de prijs van een toegangkaart te hoog is en/ of de bijkomende kosten niet acceptabel zijn, kan hij afzien van de overeenkomst.

3

Is het u bekend of de Consumentenautoriteit klachten heeft ontvangen over de servicekosten van reguliere ticketbureau's? Zo ja, wat is dan de aard van de klachten? Is dit voor de Consumentenautoriteit aanleiding om verdere actie te ondernemen? Zo ja, welke stappen gaat zij nemen?

Antwoord

Bij ConsuWijzer, het informatieloket van de Consumentenautoriteit, de NMa en de OPTA, zijn slechts enkele klachten binnengekomen over het- naar het oordeel van de klagers- hoge bedrag aan servicekosten bij de aanschaf van toegangskarten. De Consumentenautoriteit is echter evenmin bevoegd te oordelen over de hoogte van de prijs die voor een bepaald product of bepaalde dienst in rekening wordt gebracht (zie ook het antwoord op vraag 2). De Consumentenautoriteit heeft wel als taak toe te zien op de naleving van een aantal informatieverplichtingen die door (online)handelaren in acht genomen moeten worden (zie het antwoord op vraag 4).

De Consumentenautoriteit houdt de ontwikkelingen met betrekking tot de naleving van de informatieverplichtingen op *online* verkoop van concerttickets in de gaten, maar ziet op dit moment geen reden handhavend op te treden.

4

Deelt u de mening dat de prijs van de evenementenkaartjes een totaalprijs dient te zijn, zodat de consument van te voren weet welke kosten hem te wachten staan en niet tijdens het aankoopproces?

Antwoord

Consumenten dienen voor het sluiten van de overeenkomst die informatie van de aanbieder te ontvangen die nodig is om een weloverwogen besluit over de aankoop te kunnen nemen. Zo geldt dat consumenten die een dienst of product *online* bestellen, voor het sluiten van de overeenkomst onder meer op de hoogte dienen te worden gesteld van de prijs plus de componenten waaruit de prijs is opgebouwd, waaronder leverings- en portokosten (Wet verkoop op afstand, Stb. 2000, 617). Daarnaast is het aanbieder van producten en diensten op grond van de recentelijk in werking getreden Wet oneerlijke handelspraktijken (Stb. 2008, 397) verboden onduidelijke, onvolledige of misleidende informatie te geven over de belangrijkste kenmerken van hun product of dienst, waaronder de prijs.

5

Deelt u de mening dat er een maximumhoogte van de servicekosten wenselijk? Zo neen, waarom niet? Zo ja, welke maatregelen gaat u treffen om ervoor te zorgen dat de servicekosten aan een maximum gebonden worden?

Antwoord

Het stellen van een maximumhoogte van de servicekosten acht ik niet wenselijk. Zoals reeds gesteld in het antwoord op vraag 2 zijn consumenten vrij al dan niet akkoord te gaan met de voorgestelde prijs en de bijkomende kosten van een toegangskaart. Zolang geen misbruik wordt gemaakt van een eventuele economische machtspositie en de informatieverplichtingen in acht worden genomen, is er voor de NMa en Consumentenautoriteit geen reden om handhavend op te treden.

(w.g.) drs. F. Heemskerk