

**Speech van de staatssecretaris van Economische Zaken
Karien van Gennip t.g.v. de installatie van de
Consumentenautoriteit, 15 januari 2007**

[Intro]

Dames en heren,

Heeft u wel eens iets gekocht waarover u - achteraf gezien – toch niet tevreden was? Omdat het product niet voldeed aan de verwachtingen, en de kwaliteit er van tegenviel. Of omdat er sprake was van beschadiging en de service na de koop tekortschoot?

Dat overkomt iedereen wel eens, denk ik. En dat blijkt ook uit onderzoek. Afgelopen jaar heeft ruim 37 procent van u een product of dienst afgenomen dat niet aan uw verwachtingen voldeed. Dat zijn bijna 6 miljoen Nederlanders.

In de meeste van deze gevallen wordt gelukkig in goede harmonie een oplossing gevonden met de verkoper: het product kan dan worden teruggebracht of omgeruild. Immers, iedere winkelier weet dat goede service aan de klant zich terugbetaalt in positieve mond-op-mond reclame. En daarmee meer klanten.

[Bovendien het behouden van een klant kost vaak een fractie van het winnen van een nieuwe klant. Die laatste is ook vaak alweer 'gevlogen' als de introductiebonus voorbij is, terwijl de basis van een bedrijf de trouwe klant is]

Te vaak nog echter stranden klachten zonder bevredigende oplossing. Zo gaat niet iedere consument naar de leverancier om verhaal te halen. Eén op de vijf laat het er bij zitten, bijvoorbeeld omdat niet altijd goed duidelijk is waar men met zijn klacht heen kan. Of omdat er niet genoeg vertrouwen is in een goede afloop. Vier op de tien consumenten blijkt ontevreden over de klachtenafhandeling door Nederlandse bedrijven. En uiteindelijk legt slechts één op de twintig ontevreden consumenten zijn klacht voor aan een geschillencommissie.

De conclusie: een flink aantal Nederlander heeft wel eens een klacht over producten of diensten. Vaak wordt dat goed opgelost tussen klant en leverancier. Maar wanneer dat niet het geval is, worden de klachten lang niet altijd naar tevredenheid opgelost.

[Maatschappelijk belang consumentenbeleid]

Is dat erg? Ik vind van wel. Want uiteindelijk kan dat het vertrouwen van de Nederlandse consument aantasten. Die moet erop kunnen rekenen dat hem geen knollen voor citroenen worden verkocht. En mocht dat onverhoopt toch een keer gebeuren, dan moet hij ergens gehoor kunnen vinden met zijn klacht.

We zien bovendien dat consumenten steeds makkelijker en vaker over de grens kopen, onder andere via internet. Een positieve ontwikkeling. Uit een brede consultatieronde die ik heb laten houden bleek echter dat de informatievoorziening door webwinkels beter kan. Internet is bijvoorbeeld heel populair als het gaat om het boeken van reizen. Zoals u weet, zet ik mij in voor transparantere prijzen in de reisbranche.

Door het wegvallen van fysieke grenzen wordt de malafide ondernemer helaas ook steeds lastiger te achterhalen. Dat remt de ontwikkeling naar één Europese consumentenmarkt.

[Nederland heeft in dat opzicht soms een bedenkelijke naam opgebouwd. De zogeheten Dutch Lotteries zijn een begrip geworden. Consumenten in andere EU-landen worden lekker gemaakt met prijzen die ze zouden hebben gewonnen. Het enige wat ze moeten doen, is een fikse bedrag overmaken om de hoofdprijs binnen te halen. Uiteraard blijft het na de overboeking stil. Jammer genoeg opereert een aantal van dit soort bedrijven vanuit Nederland.]

Samenwerking tussen consumententoezichthouders in de EU is noodzakelijk om dit soort praktijken uit te bannen. Als individu stap je niet snel naar een rechter of toezichthouder in een ander land. Ook hier is het consumentenvertrouwen de inzet. Consumenten moeten erop kunnen rekenen dat het kopen van producten en diensten uit een ander EU land, veilig is.

Overigens, en dat wordt nog wel een vergeten, niet alleen de consument zelf ondervindt last van malafide praktijken. Het berokkent ook schade aan de bonafide ondernemer, die service en klantgerichtheid wel hoog in het vaandel heeft staan.

[Strategisch Actieprogramma Consumenten]

Dames en heren,

Toen ik Staatssecretaris van Economische Zaken werd - nu vier jaar geleden - was het ministerie vooral gericht op het bevorderen van concurrentie tussen aanbieders. Om zo meer dynamiek en meer marktwerking te brengen in de nationale economie. Maar marktwerking bestaat niet alleen bij gratie van het aanbod. Minstens zo belangrijk is de vraag. Kritische en bewust kiezende consumenten zijn een belangrijke voorwaarde voor een vitale economie.

Als staatssecretaris heb ik mij daarom de afgelopen jaren ingezet voor een sterke positie van de Nederlandse consument. In 2004 is het kabinet / ben ik een nieuwe weg ingeslagen met een strategisch actieprogramma voor de consumenten. Een programma dat rustte op drie pijlers:

1. Meer kennis over rechten en plichten van consumenten en bedrijven;
2. Betere toegang tot private geschillencommissies;
3. Handhaving van consumentenwetgeving door een publieke toezichthouder.

[Ad 1: Consuwijzer]

De eerste pijler is geslagen. Sinds oktober 2006 kennen we de Consuwijzer, een centraal informatieloket dat consumenten via internet, mail en telefoon informeert over hun rechten en plichten. Bovendien kunnen de drie initiatiefnemers (Consumentenautoriteit, de NMa en de OPTA) met dit loket signalen uit de markt opvangen ten behoeve van het markttoezicht. Het mes snijdt dus aan twee kanten.

[Ad 2: Private fundament/geschillencommissies]

De tweede pijler - een forse uitbreiding van het aantal geschillencommissies – is bijna klaar. Dit voorjaar maak ik samen met mijn collega van Justitie de balans op. Het ziet er naar uit dat we in tenminste tien nieuwe branches geschillencommissies kunnen verwelkomen.

De Nederlandse geschillencommissies zijn uniek. Waar vind je dat consumentenorganisaties en ondernemers samen klachten van klanten oplossen?

Ik wil op deze plaats nog eens wijzen op het uitstekende werk van de Stichting Reclame Code, de Stichting Geschillencommissies, de SER, de Consumentenbond, VNO-NCW en al die branches die ervoor zorgen dat consumenten met vertrouwen producten en diensten kopen.

Ook andere vormen van zelfregulering, die de transparantie voor consumenten vergroten, ondersteun ik van harte. Ik denk dan aan het vastleggen van afspraken in gedragscodes (bijvoorbeeld Code Reisaanbiedingen) of het gebruik van keurmerken (Max Havelaar). Ik ga ervan uit dat de betrokken marktpartijen doorgaan met deze waardevolle initiatieven.

[Ad 3: Consumentenautoriteit]

Dat brengt mij bij de laatste pijler van het nieuwe consumentenbeleid: handhaving en toezicht. Die pijler gaat vandaag de grond in met het instellen van de Consumentenautoriteit.

Deze nieuwe toezichthouder zal namens de overheid het consumentenrecht handhaven. Dat recht wordt in de loop van dit jaar nog verder aangescherpt met de invoering van de richtlijn Oneerlijke Handelspraktijken.

De Consumentenautoriteit treedt op wanneer de belangen van meerdere consumenten in het geding zijn. Ze reageert hiertoe op collectieve consumentenklachten. En heeft daarnaast ook een eigen opsporingsbeleid.

Ik wil hier uiteraard ook melden dat de Consumentenautoriteit een belangrijke taak krijgt als Nederlands aanspreekpunt voor Europese consumentenklachten. Samen met collega's uit andere lidstaten gaat de Consumentenautoriteit werken aan de afhandeling daarvan. Dat gebeurt door onderlinge informatie-uitwisseling en onderlinge verzoeken tot bijstand bij het optreden tegen malafide bedrijven.

De instrumenten die de CA kan inzetten, zijn stevig. Het begint natuurlijk met een corrigerend gesprek dat de Consumentenautoriteit voert met de overtreder. Maar blijft dat zonder resultaat dat kan de Consumentenautoriteit overgaan tot het opleggen van een dwangsom of een bestuurlijke boete (max. €67000). Daarnaast kan de Consumentenautoriteit naar de rechter stappen als zij vindt dat zogenaamde "open normen" uit de wetgeving overtreden worden. Dit zijn algemene normen over consumentenbescherming die door middel van jurisprudentie, door middel van rechtspraak, nader zullen worden ingevuld.

De Consumentenautoriteit zal een aanvulling zijn op het uitgebreide stelsel van zelfregulering dat Nederland uniek maakt. Hoe beter de geschillencommissies functioneren, hoe meer tijd de Consumentenautoriteit overhoudt voor de echt malafide bedrijven.

De Consumentenautoriteit gaat dat alles doen met een kleine dertig medewerkers. Zij wordt klein maar fijn, 'lean and mean'. Dat is mogelijk dankzij het goed functionerende stelsel van geschillencommissies en andere private initiatieven. De Consumentenautoriteit gaat dan ook nauw samenwerken met bijvoorbeeld de Stichting Geschillencommissies, de Stichting Reclamecode Commissie, de Consumentenbond. En natuurlijk met andere toezichthouders als de NMa en de Opta.

Daarnaast dwingt de beperkte omvang de Consumentenautoriteit tot een scherpe prioriteitstelling. Ik sprak al eerder over de gehouden consultatieronde. Daarnaast is er elk kwartaal maatschappelijk overleg met betrokken partijen om het werkprogramma actueel te houden.

Eén ding is duidelijk: de Consumentenautoriteit krijgt het druk. Ik heb er echter alle vertrouwen in dat deze kleine en actieve club goed is voorbereid op zijn taak. De kwartiermakers hebben afgelopen maanden uitstekend werk verricht. En ook de directeur heeft al getoond een organisatorische kei te zijn. Zij zal de nieuwe toezichthouder de komende tijd zeker gezicht weten te geven.

[Slot]

Dames en heren,

Consumentenklachten bleven in het verleden te vaak onopgelost. [Ondanks het goede werk van bijvoorbeeld de Consumentenbond op dit terrein.]

Met de komst van de Consumentenautoriteit creëren we een toezichthouder die over middelen beschikt om collectieve inbreuken te lijf te gaan. Daarmee wordt ons stelsel van consumentenbescherming effectiever.

Ik wens de Consumentenautoriteit, Marije Hulshof en haar medewerkers heel veel succes het komend jaar.

Met veel genoegen geeft ik hierbij het startsein voor de Consumentenautoriteit.