

Vergaderjaar 2020–2021

27 879

Versterking van de positie van de consument

nr. 85

BRIEF VAN DE STAATSSECRETARIS VAN ECONOMISCHE ZAKEN EN KLIMAAT

Aan de Voorzitter van de Tweede Kamer der Staten-Generaal

Den Haag, 30 juni 2021

In november 2018 heb ik, mede namens de Minister voor Rechtsbescherming, de consumentenagenda: «houvast bij voortdurende verandering» aan uw Kamer gestuurd.¹ In deze agenda heb ik aangegeven hoe ik de positie van de consument ging verstevigen. Mijn consumentenbeleid richtte zich in het bijzonder op de volgende drie thema's:

- Geen telemarketing-irritatie;
- Een sterke positie van consumenten in de digitale economie;
- Recht hebben én recht halen.

In de afgelopen jaren heb ik uw Kamer regelmatig op de hoogte gehouden van de voortgang² van de in de agenda aangekondigde acties. In deze brief informeer ik uw Kamer per thema kort over de belangrijkste acties die ik heb uitgevoerd en over de nieuwe ontwikkelingen. Verder geef ik invulling aan een aantal moties die door uw Kamer op deze thema's zijn aangenomen.

Telemarketing

Hoewel Europese wetgevingstrajecten cruciaal zijn voor de vorming van het Nederlandse consumentenbeleid, heb ik als coördinerend bewindspersoon mij ook op nationaal niveau ingezet de positie van de Nederlandse consument te versterken, bijvoorbeeld op het gebied van telemarketing.

Ik heb mij de afgelopen jaren ingezet om een grote ergernis van consumenten aan te pakken, namelijk ongewenste telefoontjes van telemarketeers die consumenten een energiecontract of abonnement willen verkopen. Op 1 juli worden nieuwe regels (art. 11.7 van de Telecommunicatiewet) van kracht, waardoor consumenten niet meer ongevraagd gebeld mogen worden, maar alleen wanneer zij daar expliciet

¹ Kamerstuk 27 879, nr. 64.

² Onder andere: Kamerstuk 27 879, nrs. 73, 75, 76 en 78 en Kamerstuk 35 134, nr. 14.

toestemming voor hebben gegeven, of wanneer zij ergens klant zijn (geweest). Op verzoek van uw Kamer houden goede doelen iets meer ruimte om sympathisanten te bellen. Goede doelen kunnen consumenten voortaan nog wel bellen indien zij daar toestemming voor hebben gegeven of wanneer zij donateur zijn (geweest). Telemarketing verdwijnt dus niet helemaal. Bedrijven en goede doelen houden de mogelijkheid om klanten of donateurs te werven of te behouden. Dit is in het belang van onze economie. Bovendien kan een individuele consument hier ook baat bij hebben, bijvoorbeeld als hem een aantrekkelijk aanbod wordt gedaan door een telecomleverancier waardoor hij maandelijks geld kan besparen. De telefoongesprekken die na 1 juli nog plaats mogen vinden, sluiten beter aan bij de verwachting en behoefte van de consument en leiden daardoor tot minder irritatie en onbegrip. Bovendien behoudt de consument zijn recht van verzet. Daarmee kan hij op ieder moment (ook tijdens het telefoongesprek) aangeven niet meer gebeld te willen worden. Als sluitstuk krijgt de Autoriteit Consument en Markt (ACM) ook betere mogelijkheden om de regels te handhaven doordat de bewijslast bij de opdrachtgever en de telemarketeer wordt neergelegd.

Ik tref nu voorbereidingen voor een voorlichtingscampagne over de wetswijziging die met name is gericht op de meest kwetsbare groepen zoals bijvoorbeeld ouderen, zodat zij weten wat zij kunnen doen als zij worden geconfronteerd met ongewenste verkooptelefoontjes. Deze campagne start op 1 juli. Het is namelijk niet alleen belangrijk dat de nieuwe regels worden toegepast, maar ook dat de consument op de hoogte is van zijn nieuwe rechten.

Met de wetswijziging en de voorlichtingscampagne worden naar verwachting de grootste telemarketing-irritaties weggenomen. Ook de nieuwe gedragscode waarmee de sector inmiddels al een jaar werkt moet hieraan bijdragen. In deze gedragscode is opgenomen dat klanten tot maximaal drie jaar na beëindiging van het contract nog gebeld kunnen worden voor een aanbod van een soortgelijk product of dienst. Verder bevat de code ook de verplichting dat met een herkenbaar nummer wordt gebeld door telemarketeers, dat het recht van verzet duidelijker wordt aangeboden en dat telemarketeers beter worden opgeleid over de geldende wet- en regelgeving en het contact met de consument.

Ik heb tijdens de plenaire behandeling van het wetsvoorstel eerder dit jaar aangegeven dat ik de sector een redelijke kans wil geven om zich te bewijzen met deze nieuwe zelfregulering (Handelingen II 2020/21, nr. 46, item 4). Maar als blijkt dat dit onvoldoende bijdraagt aan de oplossing van de problemen met telemarketing, zal ik een voorstel voor een algemene maatregel van bestuur doen om de periode dat klanten of voormalige klanten gebeld kunnen worden wettelijk vast te leggen en uw Kamer hierover informeren.

Om het effect van de gewijzigde wetgeving en de zelfregulering te meten blijf ik ook de komende tijd de houding van burgers tegenover telemarketing peilen.³ Hierbij bied ik uw Kamer de resultaten van de meest recente peiling aan.⁴ Er is nu nog weinig verbetering zichtbaar in de ervaring van de consument met telemarketing, dit heb ik in een gesprek ook onder de aandacht gebracht bij vertegenwoordigers van de sector. Door het bijzondere jaar dat we vanwege de corona-crisis hebben gehad, geef ik de zelfregulering nog wat langer de tijd om zich te bewijzen. De sector zal de signalen die zij uit de praktijk ophalen met mij delen.

³ Kamerstuk 35 421, nrs. 6 en 10.

⁴ Raadpleegbaar via www.tweedekamer.nl

Daarnaast blijf ik de komende periode via de flitspeilingen de effecten van de zelfregulering volgen.

Een sterke positie van consumenten in de digitale economie

Als gevolg van digitalisering zijn nieuwe markten ontstaan en veranderen bestaande markten voortdurend. Consumenten profiteren van allerlei nieuwe producten en diensten die ze eenvoudiger kunnen vinden en tegen lagere kosten kunnen aanschaffen. Via online marktplaatsen is de wereld binnen handbereik en kunnen consumenten ook steeds eenvoudiger producten aanschaffen uit landen buiten de EU.

Ik heb mij de afgelopen jaren sterk gemaakt voor meer verantwoordelijkheid van online platforms richting de consument, passend bij de verschillende diensten die zij bieden en de rol die zij spelen bij het afsluiten van een overeenkomst tussen de consument en een verkoper die via het platform iets verkoopt. De Richtlijn modernisering consumentenbescherming⁵, waarvan het implementatiewetsvoorstel na de zomer naar uw Kamer wordt gestuurd, bevat al expliciete informatieverplichtingen voor platforms. Zo moet een platform informatie geven over wie verantwoordelijk is voor naleving van consumentenregels zoals regels over bedenktijd en productveiligheid. Ook moet het duidelijk zijn wat de rol van een platform is wanneer de consument een klacht heeft. Daarnaast bevat het voorstel voor een Verordening Digitale Diensten (DSA), dat door de Commissie op 15 december 2020 is gepubliceerd⁶, aanvullende regels voor platforms om de online omgeving, ook voor consumenten veiliger te maken. Dit voorstel heeft daarom ook mijn steun.

Eén van de acties die ik op nationaal niveau heb ondernomen is om samen met een aantal Nederlandse platforms het document «bouwen aan vertrouwen»⁷ op te stellen. Daarin staan concrete voorbeelden die consumentenvertrouwen in een online omgeving bevorderen. Ik zal dit document, zoals toegezegd aan uw Kamer, deze zomer met de betrokken bedrijven evalueren om ervoor te zorgen dat de genoemde voorbeelden actueel blijven.

De ACM houdt toezicht op een betrouwbare online omgeving voor consumenten. Om duidelijk te maken waar toegestane verleiding overgaat in verboden misleiding, heeft de ACM het afgelopen jaar haar leidraad «Bescherming van de online consument» gepubliceerd. De leidraad gaat in op tactieken die verkopers online inzetten om het gedrag van consumenten te beïnvloeden. Online platforms spelen een cruciale rol bij het waarborgen van de rechten van consumenten en het naleven van toepasselijke verplichtingen voor professionele partijen. Daarom heeft de ACM de leidraad inmiddels aangevuld met «vuistregels voor online platforms».⁸ Ook heeft de ACM het afgelopen jaar een aantal maal opgetreden door middel van handhaving, onder andere tegen de appstores van Apple en Google en tegen neplikes.⁹

⁵ Richtlijn (EU) 2019/2161 van het Europees Parlement en de Raad van 27 november 2019 tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG van de Raad en Richtlijnen 98/6/EG, 2005/29/EG en 2011/83/EU van het Europees Parlement en de Raad wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de Unie (PbEU 2019, L328).

⁶ Een Europa dat klaar is voor het digitale tijdperk: digitale platforms

⁷ Bijlage bij Kamerstuk 27 879, nr. 76

⁸ <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/vuistregels-online-platformen.pdf>

⁹ Google gaat appaanbieders verplichten in appstore informatie over datagebruik te vermelden, Apple informeert consumenten in appstore over datagebruik apps na oproep toezichthouders en <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-dwingt-webshop-te-stoppen-met-inzet-van-neplikes-en-nepvolgers>

Uitvoering SER-CCA advies

Consumenten ondervinden in de praktijk problemen wanneer zij (digitale) producten en diensten buiten de Europese Economische Ruimte via (een webwinkel op) een online platform kopen, zonder tussenkomst van een importeur en/of distributeur. Consumentenbeschermings- en productveiligheidsregels worden niet altijd nageleefd door verkopers uit derde landen. Dit was voor mij reden om een adviesvraag in te dienen bij de Commissie voor Consumentenaangelegenheden (CCA) van de Sociaal Economische Raad (SER). In mijn brief van 7 december 2020¹⁰ informeerde ik uw Kamer over dat advies en hoe ik daar uitvoering aan ga geven. Ik geef u een korte update van de belangrijkste ontwikkelingen.

De CCA pleit onder andere voor nieuwe verantwoordelijkheden voor online platforms in de vorm van een uitbreiding van de reikwijdte van de Product Safety Pledge¹¹ en betere informatie en voorlichting aan ondernemers en consumenten over directe import en de mogelijke gevolgen hiervan. Ook adviseert de CCA dat alle Europese markttoezicht-houders beter gebruik moeten maken van de Safety Gate¹². Ik heb de adviezen van de CCA met de Europese Commissie (EC) gedeeld, als input voor de herziening van de Richtlijn Algemene Productveiligheid, die eind juni van dit jaar wordt gepubliceerd.

De CCA vindt dat de samenwerking tussen Europese markttoezicht-houders verbeterd kan worden. Die versterkte samenwerking is vastgelegd in de nieuwe Markttoezichtverordening.¹³ Deze roept een Europese netwerk voor markttoezichthouders (EU Product Compliance Network) in het leven, dat een betere samenwerking tussen de toezicht-houders voor productveiligheid uit de lidstaten en hun verbindingsbureaus faciliteert. In Nederland wordt dit verbindingsbureau bij de Inspectie Leefomgeving en Transport (ILT) ondergebracht. Dit netwerk biedt bovendien in de toekomst ook een platform om aandacht te vragen voor specifieke aandachtspunten zoals de door de CCA geadviseerde aanpassing van de CE-markering.

Verkenning betalen met persoonsgegevens

Consumenten sluiten steeds vaker overeenkomsten waarbij zij persoonsgegevens verstrekken om digitale inhoud (zoals een app die kan worden gedownload op een smartphone of een e-book dat kan worden gedownload op een e-reader) of een digitale dienst (zoals een streamingsdienst) te ontvangen. De Europese richtlijn levering digitale inhoud¹⁴ geeft consumenten in deze gevallen dezelfde bescherming als wanneer zij de digitale inhoud of dienst tegen een prijs in geld zouden aanschaffen. Dit betekent dat wanneer een consument persoonsgegevens verstrekt aan de handelaar om de digitale inhoud of dienst geleverd te krijgen, hij recht heeft op een deugdelijk product en aanspraak kan maken op rechtsmiddelen. Deze richtlijn wordt geïmplementeerd met het wetsvoorstel

¹⁰ Kamerstuk 27 879, nr. 78.

¹¹ Product safety pledge | European Commission (europa.eu)

¹² De Safety Gate is het Europese systeem waar meldingen kunnen worden gedaan over gevaarlijke producten.

¹³ Verordening (EU) 2019/1020 van het Europees Parlement en de Raad van 20 juni 2019 betreffende markttoezicht en conformiteit van producten en tot wijziging van Richtlijn 2004/42/EG en de Verordeningen (EG) nr. 765/2008 en (EU) nr. 305/2011 (PbEU 2019, L 169).

¹⁴ Richtlijn (EU) 2019/770 van het Europees Parlement en de Raad van 20 mei 2019 betreffende bepaalde aspecten van overeenkomsten voor de levering van digitale inhoud en digitale diensten (PbEU 2019, L 136).

Implementatiewet richtlijnen verkoop goederen en levering digitale inhoud.¹⁵

Het kabinet heeft, mede naar aanleiding van een advies van de Autoriteit Persoonsgegevens¹⁶, in de memorie van toelichting bij deze implementatiewet toegezegd nader te zullen verkennen of de richtlijn levering digitale inhoud, in samenhang met de Algemene Verordening Gegevensbescherming¹⁷ en de e-privacy richtlijn¹⁸, in dit kader voldoende bescherming biedt aan consumenten.¹⁹ Deze verkenning moet antwoord geven op de vraag welke juridische en praktische aspecten er zijn verbonden aan het treffen van aanvullende maatregelen om consumenten te beschermen wanneer zij persoonsgegevens verstrekken aan de handelaar die daarvoor digitale inhoud of een digitale dienst levert. Ik verwacht uw Kamer in het najaar te informeren over de uitkomsten van deze verkenning.

Algoritmes en consumentenkeuzes

Bedrijven maken in toenemende mate gebruik van data en algoritmen als zij consumenten online benaderen. Veel consumenten profiteren hiervan. Tegelijk is het belangrijk om oog te hebben voor de mogelijke keerzijde van deze ontwikkelingen. Marktpartijen moeten wat mij betreft actie te ondernemen om consumenten te behoeden voor ongewenste gevolgen van het gebruik van data en algoritmen. De motie van het lid Moorlag c.s.²⁰ vraagt het kabinet om samen met consumentenorganisaties het bedrijfsleven te bewegen tot het opstellen van een gedragscode en daarvoor de voorwaarden te creëren.

Ik geef uitvoering aan deze motie door, in het kader van het kennisnetwerk «*Shopping Tomorrow*» van Thuiswinkel.org, bijeenkomsten te organiseren waarin vertegenwoordigers van het bedrijfsleven en consumentenorganisaties bij elkaar worden gebracht. Zij moeten samen gaan onderzoeken welke bouwstenen bijdragen aan het maken van zelfreguleringsafspraken tussen ondernemers en consumentenorganisaties over beïnvloeding van de consument door middel van algoritmen. Ik verwacht de resultaten hiervan eind 2021 met uw Kamer te kunnen delen.

Blokkeren accounts

De Consumentenbond ontving afgelopen jaar enkele klachten van consumenten waarvan het account op platforms plotseling, zonder enige reden of waarschuwing vooraf, werd afgesloten. De consument was daarna ook alle daar geplaatste data (waaronder foto's) kwijt en het was lastig, zo niet onmogelijk om deze terug te krijgen. Ik ben, zoals gevraagd in de motie van het lid Palland c.s.²¹, in gesprek gegaan met de Consumentenbond over deze klachten.

¹⁵ Bijlage bij Kamerstuk 35 734, nr. 3

¹⁶ https://autoriteitpersoonsgegevens.nl/sites/default/files/atoms/files/advies_implementatiewet_richtlijnen_verkoop_goederen_en_levering_digitale_inhoud.pdf

¹⁷ Verordening (EU) 2016/679 van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG (PbEU 1995, L 119).

¹⁸ Richtlijn 2002/58/EG van het Europees Parlement en de Raad van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie (PbEU 2002, L 201).

¹⁹ Kamerstuk 35 734, nr. 3.

²⁰ Kamerstuk 27 879, nr. 81.

²¹ Kamerstuk 27 879, nr. 79.

Het online platform is verplicht om de consument, voordat hij een account aanmaakt, een redelijke mogelijkheid te bieden om van de algemene voorwaarden die gelden voor het gebruik van het platform kennis te nemen. Bovendien mogen deze voorwaarden niet onredelijk bezwarend zijn voor de consument. Als een aanbieder niet aan één van deze twee eisen voldoet, dan is de desbetreffende bepaling vernietigbaar. De consument kan de aanbieder hierover (schriftelijk) informeren, maar moet om vernietiging af te dwingen wel naar de rechter. Een bepaling in de algemene voorwaarden die het mogelijk maakt dat de handelaar de beëindiging niet hoeft te melden voordat hij deze heeft uitgevoerd of geen reden voor beëindiging hoeft op te geven kan onredelijk bezwarend zijn. Het is aan de burgerlijk rechter of de bevoegde autoriteit om dit vast te stellen. Een bepaling in de algemene voorwaarden mag uiteraard ook niet in strijd zijn met dwingend consumentenrecht. Wanneer consumenten problemen ondervinden, kunnen zij een melding doen bij het consumentenloket (ConsuWijzer) van de ACM. ConsuWijzer biedt ook voorbeeldbrieven die de consument in dit geval kan gebruiken.

Het lid Palland vraagt mij ook om te pleiten voor meer transparantie van de accountverstrekkers bij het blokkeren of afsluiten van accounts en het bieden van een mogelijkheid tot verweer. Dit is onderdeel van het voorstel voor een Verordening Digitale Diensten (de Digital Services Act). Hierin is een verplichting voor platforms opgenomen om de eindgebruiker (dat kan een consument zijn) tijdig te waarschuwen dat hun account afgesloten gaat worden en waarom. Het voorstel bevat ook mogelijkheden tot verweer door de gebruiker tegen de afsluiting. Uw Kamer heeft begin dit jaar het BNC-fiche over dit voorstel ontvangen.²²

Recht hebben én recht halen

Consumenten moeten niet alleen de juiste rechten hebben, maar deze ook kennen én in staat zijn om hun recht te halen. Hierbij speelt voorlichting over nieuwe regels en consumentenproblemen een grote rol. Deze voorlichting wordt zowel door mijn ministerie als door de ACM gegeven.

In dit kader heb ik afgelopen jaren diverse acties geïnitieerd, met name op het gebied van directe import uit derde landen. In november 2019 heb ik consumenten met korte, duidelijke video's op sociale media gewezen op de risico's van directe import, samengebracht op de website «laatjenietinpakken.nl». In december 2020 heeft deze actie een vervolg gekregen, gericht op een specifieke vorm van directe import: dropshipping. Bij dropshipping laten ondernemers rechtstreeks producten aanleveren aan hun klanten, waardoor deze ondernemers geen voorraad hoeven aan te houden. Deze vorm van verkopen brengt risico's met zich mee, met name als producten van buiten de EU geleverd worden. De regelgeving voor productveiligheid en consumentenbescherming is in landen buiten de EU vaak niet op hetzelfde niveau als in de EU. Dit onderwerp is extra actueel geworden vanwege de toename van het aantal online bestellingen tijdens de coronapandemie en vanwege een groeiende populariteit van deze verkoopmethode onder startende, vaak jonge, online ondernemers. Met deze actie heb ik beginnende dropshippers en consumenten geïnformeerd over de risico's en verantwoordelijkheden ten aanzien van Europese veiligheidswetgeving, consumentenregels en aansprakelijkheid.

De ACM startte onlangs de campagne «je hebt meer rechten dan je denkt». Uit de vele gesprekken die de ACM ieder jaar voert met consumenten, bleek dat zij vrijwel altijd meer rechten hebben dan ze vooraf

²² Kamerstuk 22 112, nr. 3050

dachten. Via een campagnepagina²³ en een aantal video's worden belangrijke consumentenrechten zoals garantie en bedenktijd toegelicht.

Consumentenbescherming in tijden van corona

Consumenten zijn bij het boeken van pakketreizen en gekoppelde reisarrangementen goed beschermd. Zo hebben zij het recht op terugbetaling van de reissom binnen 14 dagen indien de reis wordt geannuleerd. Vanaf maart 2020 kregen consumenten te maken met annuleringen door de reisorganisator van hun vakanties, als gevolg van de reisbeperkingen door de coronapandemie. Reisorganisaties konden in veel gevallen niet terugbetalen, vaak omdat zij reeds vooruitbetalingen hadden moeten doen aan luchtvaartmaatschappijen, hotels en andere leveranciers.

De coronacrisis is zo uitzonderlijk dat dit vraagt om creatieve oplossingen. Daarom heb ik consumenten aangemoedigd om – wanneer mogelijk – een voucher van hun reisaanbieder te accepteren. Daarbij zijn wel voorwaarden aan de uitgifte van vouchers gesteld, waaronder over het actief terugbetalen van de nog openstaande waarde van de vouchers na een jaar²⁴. Ook heeft de ACM onder andere via haar consumentenloket ConsuWijzer²⁵ verduidelijkt dat het accepteren van een voucher altijd een keuze moet zijn. De maatregelen die het kabinet verder heeft genomen, zoals het opzetten van leningsfaciliteiten voor garantiefondsen en de voucherkredietfaciliteit hebben eraan bijgedragen dat de consument ervan op aan kan dat deze vouchers ook bij een faillissement van de reisaanbieder hun waarde behouden.

De ACM heeft geconstateerd dat de meeste grote reisaanbieders de noodzakelijke voorbereidingen hebben getroffen om consumenten actief en binnen de afgesproken termijn van een jaar de reissom terug te betalen.²⁶ De ACM blijft de ontwikkelingen in de reissector kritisch volgen om ook in deze uitzonderlijke tijden de rechten van consumenten te borgen.

Subsidie Consumentenbond

Naast de ACM zijn de Consumentenbond en de Vereniging Eigen Huis (VEH) organisaties die de belangen van consumenten behartigen. Ik heb daarom aan de Consumentenbond en de VEH een eenmalige subsidie toegekend voor een inhaalslag bij de totstandkoming en herziening van diverse sets tweezijdige algemene voorwaarden (AV). Al jarenlang overleggen deze consumentenorganisaties met brancheverenigingen over hun algemene voorwaarden. De bij de branchevereniging aangesloten ondernemers gebruiken deze in overleg vastgestelde (vandaar: «tweezijdige») AV in hun transacties met consumenten. Deze zelfregulering heeft grote waarde voor consumenten, die zich hiermee verzekerd weten van eerlijke en duidelijke voorwaarden en toegang tot een laagdrempelige, onafhankelijke geschillencommissie. Ondernemers die hieraan meedoen hebben wat mij betreft een streepje voor. Aan de subsidieverlening heb ik als verplichting verbonden dat de Consumentenbond en de VEH met een plan komen met het oog op de toekomstbestendigheid van dit stelsel.

²³ Je hebt meer rechten dan je denkt | ACM ConsuWijzer

²⁴ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-biedt-branches-houvast-bij-opstellen-voucherregeling>

²⁵ www.consuwijzer.nl

²⁶ <https://www.acm.nl/nl/publicaties/acm-consument-met-reisvoucher-mag-niet-de-dupe-worden>

Tot slot

Met het opstellen van een consumentenagenda heb ik focus aangebracht in het door mij gevoerde consumentenbeleid. Voor het opstellen van deze agenda heb ik onderzoek laten uitvoeren en heb ik over actuele consumentenproblemen en toekomstige ontwikkelingen gesproken met verschillende organisaties. Dit heeft geleid tot een solide basis waardoor ik gedurende mijn ambtstermijn gericht heb kunnen werken aan actuele consumentenproblemen.

De digitale en groene transitie heeft nu en straks ook voor consumenten gevolgen. Het is belangrijk om bij het opstellen van nieuw consumentenbeleid maatwerk te bieden, waarbij we oog houden voor de belangen van het bedrijfsleven, maar tegelijkertijd de consument voldoende houvast blijven bieden.

De Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat,
M.C.G. Keijzer