

Zitting 1975-1976

13 358

Nieuwe regelen tot beperking van de vrijheid tot het aanbieden en verstrekken van geschenken in verband met de uitoefening van een bedrijf (Wet beperking cadeaustelsel 1976)

Nr. 4

De vroegere stukken zijn gedrukt in de zitting 1974-1975

VOORLOPIG VERSLAG

Vastgesteld 5 november 1975

De vaste commissie voor het midden- en kleinbedrijf¹, belast met het voorbereidend onderzoek van het wetsontwerp, heeft de eer als volgt verslag van haar voorlopige bevindingen uit te brengen.

De leden, behorende tot de fracties van K.V.P., A.R.P. en C.H.U., hadden in grote lijnen met instemming van het voorstel kennisgenomen. Met name de poging de consument door het tegengaan van versluiering van de prijs van goederen waarbij geschenken worden gegeven, te beschermen, verdient huns inziens waardering.

De leden, behorende tot de fractie van de P.v.d.A., konden in grote lijnen instemmen zowel met de onderliggende filosofie als met de concrete uitwerking van het wetsontwerp. Zij onderschreven de tweeledige doelstelling van het wetsontwerp, te weten de mogelijkheid tot optreden tegen verstoring van normale concurrentieverhoudingen enerzijds en de bescherming van de consument door grotere marktdoorzichtigheid en het bieden van reële keuzevrijheid anderzijds.

De leden, behorende tot de fractie van de V.V.D., hadden het voorstel met ietwat gemengde gevoelens bestudeerd. Enerzijds verklaarden zij zich grote voorstanders van versterking van het arsenaal van maatregelen ter bevordering van een ordelijk economisch verkeer, juist ook ten behoeve van het midden- en kleinbedrijf. Bij herhaling hadden zij ervoor gepleit de regelingen, hierop betrekking hebbende, onder te brengen in een allesomvattende regeling zoals bijv. door de staatscommissie-Zijlstra 1967 bepleit en in bijv. België tot stand gekomen. Het voordeel van een dergelijke regeling is, dat niet al te veel in details behoeft te worden gegaan, maar veel aan de rechter of andere, eventueel nieuwe instanties op dit vlak kan worden overgelaten. Dit past naar hun mening meer bij de dynamiek en de mogelijkheden van het bedrijfsleven.

De Nederlandse kabinetten hebben deze weg niet willen gaan, doch zijn gekomen met diepgaande regelingen op onderdelen, waarvan het nadeel volgens de hier aan het woord zijnde leden is – zij hebben dat reeds eerder opgemerkt – dat grote delen van activiteiten van het bedrijfsleven ongemoeid blijven en dat op de terreinen die wel geregeld worden te diep moet

¹ Samenstelling:

Van der Mei (CHU), Notenboom (KVP), Portheyne (VVD), voorzitter, Schakel (ARP), De Bekker (KVP), Krosse (KVP), Van het Schip (CPN), Geurtsen (VVD), Imkamp (D'66), Knot (PvdA), De Ruiter (PvdA), De Boer (ARP), Salomons (PvdA), Van der Heem-Wagemakers (PPR), Albers (PvdA), Koningh (DS'70).

worden gegraven, hetgeen dan weer in zijn repercussies onvoldoende aansluit bij de mogelijkheden en wenselijkheden voor alle schakels van de distributiekolom, die daarbij betrokken zijn.

De leden, behorende tot de fractie van DS'70, achtten onvoldoende aangevoerd dat de huidige wet niet gehandhaafd kan worden. Blijkens de memorie van toelichting ligt het in het voornemen van de Europese Commissie het vraagstuk van het cadeaustelsel in zijn totaliteit met voorrang te gaan behandelen. Het zou huns inziens daarom aanbeveling verdienen de bestaande wet tot 1980 te verlengen en te wachten met een nieuwe wet tot een toekomstige EEG-regeling tot stand gekomen is.

Ook de leden, behorende tot de fractie van de S.G.P., hadden met gemengde gevoelens kennis genomen van het wetsontwerp. Wel zeiden zij van mening te zijn dat een regeling tot beperking van het cadeaustelsel uit het oogpunt van voorkoming van onordelijk economisch verkeer en van bescherming van de consumenten zijn nut kan hebben, maar evenals een minderheid van de SER achtten zij het onjuist dat een nieuwe regeling beduidend verder zou moeten gaan dan de huidige regeling.

De leden van de fractie van de S.G.P. zouden gaarne van de bewindsman willen vernemen hoe hij oordeelt over de mening van de minderheid van de raad, namelijk «dat in de huidige omstandigheden geen behoefte is aan een wettelijke regeling, omdat zich bij de huidige toepassing van cadeaustelsel en bijbetalingssystemen geen ernstige misstanden op ruime schaal hebben voorgedaan en dat van intrekking der wet nauwelijks enig effect is te verwachten». Is het inderdaad aantoonbaar dat zich bij de huidige toepassing van bijbetalingssystemen ernstige misstanden op ruime schaal hebben voorgedaan?

De leden van de G.P.V.-fractie vonden het argument van prijsversluiting bij het cadeaustelsel relatief niet zwaarwegend, wanneer men bedenkt dat tegelijkertijd de voortdurende inflatoire prijsstijgingen een veel grotere prijsversluiting veroorzaken. In zo'n situatie is de consument nauwelijks nog bij machte een vergelijking te maken tussen de prijstrends van de diverse branches.

De leden van de fractie van de P.S.P., bij wie zich ook voor het vervolg van dit verslag de leden van de P.P.R.-fractie aansloten, zetten enige vraagtekens bij de stelling van de bewindsman dat «in bepaalde gevallen toepassing van dit systeem voor een ondernemer de meest efficiënte vorm van verkoopbevordering (kan) zijn». Deze leden hadden vooral de meer principiële vraagstelling gemist van het al dan niet acceptabel zijn van verkoopbevordering op zichzelf en zij zagen dan ook niet in waarom het «thans te ver zou gaan het cadeaustelsel geheel te verbieden». De door de bewindsman genoemde tweede doelstelling (overigens merkten de leden van de P.S.P.-fractie op dat het consumentenbelang kennelijk ná het producentenbelang wordt gesteld), gaat uit van de bescherming van de consument waarbij als voornaamste criterium geldt het prijsversluitend effect van een cadeaustelsel. De leden van de fractie van de P.S.P. meenden dat met het onderhavige wetsontwerp het producentenbelang kennelijk voorrang heeft verkregen boven het consumentenbelang. Het laatste zou nl. moeten leiden tot afschaffing van het cadeaustelsel als zodanig.

Deze leden konden niet inzien welke «nuttige» functie cadeau-acties kunnen hebben in het economisch verkeer. Ten principale dient volgens deze leden de vraag gesteld te worden of bevordering van de afzet van particuliere ondernemers wel gewenst is en of het belang van de consument niet meer gediend is bij directe invloed op de te produceren goederen en de prijs daarvan. Afschaffing van het cadeaustelsel op de nu voorgestelde manier zou een grotere marktdoorzichtigheid met zich brengen met betrekking tot de waarde van de goederen die aangeboden worden als geschenk. De aan het woord zijnde leden zeiden dat door de uiterst ingewikkelde regeling welke

het wetsontwerp brengt, deze marktdoorzichtigheid niet zal worden vergroot, zeker niet met betrekking tot de waarde van ten geschenke aangeboden goederen. Deze waarde nl. wordt door de producent vastgesteld op een betrekkelijk willekeurige wijze, een willekeur die overigens door de regeling van het wetsontwerp wordt beperkt, maar wel aanwezig blijft.

Zeker bij zogenaamde geschenkgoederen is voor de producent nl. niet de kostenfactor bepalend, maar veeleer de te verwachten omzetvergroting die kan worden verkregen met het aanbieden van geschenkgoederen. Acht de bewindsman het niet een reëel gevaar, dat de prijs of waardevaststelling van een geschenkgoed afhankelijk is van de waarde of prijs van het goed waarbij het als geschenk gegeven wordt? Bestaat bovendien niet het gevaar dat, gegeven het effect dat de omzetgrootte en de te verwachten omzetvergroting van het te verkopen goed hebben op de waardebepaling van het ten geschenke aan te bieden goed, de grote bedrijven in een relatief voordeliger positie staan ten opzichte van de kleinere bedrijven?

De aan het woord zijnde leden achtten ook de reële keuzevrijheid van de consument door de voorgestelde beperking van het cadeaustelsel wel enigszins vergroot, maar niet ten principale, aangezien ook nu de keuze wordt beperkt tussen een geschenk en een kleine korting: een korting die voor de consument verwarrend kan werken, zowel ten aanzien van de waardering van het geschenk als ten aanzien van de prijsbepaling van het te koop aangeboden goed. Meent de bewindsman niet dat ook nu een prijsversluitend effect gehandhaafd blijft?

Onderschrijft de bewindsman de veronderstelling van een minderheid uit de SER dat «voor zover prijsversluiting optreedt deze niet zo zeer inherent is aan het cadeaustelsel als wel – gelijk ook bij de reclame – een gevolg van onjuiste, onvolledige of misleidende prijsaanduiding»?

Erkent de bewindsman dat het cadeaustelsel geen enkele informatieve waarde kan worden toegeschreven en dat derhalve zoals bij alle andere vormen van niet-informatieve reclame, gesproken kan worden van verleiding, dan wel misleiding van de consument, al dan niet met behulp van prijsversluiting?

In de periode voorafgaande aan het uitbrengen van het voorlopig verslag hebben de commissie vele reacties bereikt, waaruit bezorgdheid bleek over de gevolgen die ongewijzigde aanvaarding van het wetsontwerp zou kunnen hebben voor de werkgelegenheid in een aantal bedrijven welke voor een groot deel of geheel produkten vervaardigen die als geschenken bij de aankoop van andere artikelen worden gegeven. Te wijzen valt daarbij op brieven van de Kamer van Koophandel en Fabrieken te Gouda, de Stichting Het Merkartikel, en van afzonderlijke bedrijven, o.a. van de onderneming Technivorm BV te Amerongen en van Douwe Egberts Nederland BV te Utrecht.² De P.v.d.A.-leden zouden in deze fase van de schriftelijke voorbereiding willen volstaan met te attenderen op de bezwaren in deze brieven aangevoerd en de Staatssecretaris te vragen of hij mogelijkheden ziet, met behoud van essentie en strekking van dit wetsontwerp, aan deze bezwaren tegemoet te komen.

De leden, behorende tot de fracties van K.V.P., A.R.P., C.H.U., C.P.N., DS'70, S.G.P. en G.P.V., zouden willen vernemen of enig inzicht bestaat in het mogelijkerevallen van arbeidsplaatsen bij op de vervaardiging van cadeau-artikelen gerichte bedrijven alsmede bij de hun toeleverende bedrijven. Zijn er van genoemde bedrijven globale omzetcijfers bekend?

In lid 3 van artikel 4 wordt een uitzondering van het in artikel 2 neergelegde verbod mogelijk ten aanzien van het «om niet» aanbieden van goederen en wordt een 4%-clausule met betrekking tot de waarde ingevoerd. In het in 1972 door het ministerie van economische zaken met het bedrijfsleven besproken voorontwerp kwamen de woorden «om niet» en de 4% waardebe-

² Zie bijlage, achter het verslag afgedrukt.

perking niet voor. Wat zijn de precieze motieven die tot wijziging van het aanvankelijk voornemen leidden, aldus informeerden de leden, behorende tot de fracties van K.V.P., A.R.P., C.H.U. en V.V.D.

De opneming van de woorden «om niet» alsmede de 4% waardebeperking zal huns inziens een aantal gespecialiseerde bedrijven in grote moeilijkheden brengen en een ernstige aantasting betekenen van de werkgelegenheid.

In de memorie van toelichting wordt duidelijk dat bewust niet gekozen is voor het verbieden van het cadeaustelsel en wordt voorts opgemerkt dat het cadeaustelsel voor een ondernemer de meest efficiënte vorm van verkoopbevordering kan zijn. De vraag rijst echter of de in artikel 4, lid 3, opgenomen beperkingen niet van zodanige aard zijn dat de opgenomen vrijstelling weliswaar formeel aanwezig is, maar het gebruik ervan in de meeste gevallen onmogelijk maakt.

De leden, behorende tot de fracties van K.V.P., A.R.P. en C.H.U., zeiden er tot nog toe niet van overtuigd te zijn dat de aangehaalde beperkingen noodzakelijk zijn. Ook zonder die beperkingen zou naar hun oordeel het ontwerp van wet de beoogde doelstellingen ruimschoots naderbij brengen.

De V.V.D.-leden toonden zich er voorstander van, dat het cadeaustelsel aan regels wordt gebonden, ook wel dat het aan verbeterde regels wordt gebonden dan op dit moment bestaan, maar zij hadden de indruk dat het introduceren van met name de bepaling van het «om niet» verstrekken (artikel 4, lid 3) en de zeer ingewikkelde bepalingen van artikel 3 over het minimumpercentage van de waarde van de cadeaigoederen in de praktijk ertoe zullen leiden, dat geen cadeaus mee kunnen worden gegeven. Nu mag men daar in de praktijk voorstander van zijn, omdat de cadeau te geven goederen dan door de gespecialiseerde handel kunnen worden afgezet, het blijft in strijd met het uitgangspunt van de memorie van toelichting en er kan tegen worden ingebracht, dat vele van de cadeau te geven artikelen met bijbetaling juist die mogelijkheden geven, bijv. aan verschillende leden van een gezin, om zich een instrument als een koffiezetapparaat aan te schaffen, dat anders in één exemplaar zou worden aangeschaft voor het gehele gezin.

Ja, zelfs kan het zijn dat het door één lid door middel van cadeau plus bijbetaling verkregen goed stimulerend werkt op de aankoop door een ander lid van het gezin bij de detailhandel. Hier moet men afwegen tussen het voordeel van de stringente bepaling voor de detailhandel en het «voordeel» voor de consument enerzijds en aan de andere kant de blijkens de vele adressen op dit punt zeer ernstige repercussies voor zeker de industrie die zich voor een belangrijk deel of zelfs voornamelijk, zoals bij voorbeeld Technivorm te Amerongen, op het fabriceren van goederen voor de cadeaustrekkende industrie toelegt en de cadeaustrekkende industrie zelve.

Aan deze industrie wordt door de voorgestelde bepalingen praktisch de mogelijkheid ontnomen om de vorm van reclame die sommige industrieën, zoals Douwe Egberts, reeds vele jaren met succes hanteren, te gebruiken. Indrukwekkende argumenten daartegen worden in het adres van de Stichting Het Merkartikel vermeld.

Nog veel ernstiger zal de terugslag zijn op de cadeaufabricerende industrie. Kan de cadeaustrekkende industrie wellicht nog overgaan op andere reclamevormen – hetgeen in deze tijd ook niet zo gemakkelijk zal zijn –, de toeleveringsindustrie van cadeau-artikelen vereist zeer belangrijke, soms de enige afzetkanalen, hetgeen door exportstimulering juist nu en in de naaste toekomst zeker niet kan worden opgevangen. Hun goederen zijn immers in het normale handelsverkeer niet ingeburgerd.

Indien nu blijkt – en uit adressen van de Kamers van Koophandel te Utrecht en Gouda blijkt dat zonneklaar – dat bij industrieën te Schoonhoven, waar in de oek voor de «cadeaumarkt» fabricerende zilver- en pleetindustrie, elders in de plasticindustrie, reeds afzetmoeilijkheden bestaan, o.m. in verband met verminderde export, en bij Technivorm te Amerongen: duidelijk voorbeeld van een industrie die zich bijna uitsluitend richt op het fabriceren van cadeaupartikelen voor bepaalde afnemers, duizenden werknemers werk-

loos zullen worden bij ongewijzigde aanvaarding van het wetsontwerp, – hetgeen in specifieke regio's nog extra sterk kan aankomen – is de staatssecretaris het dan niet met de opvatting eens, dat tot de meer evenwichtige formulering uit het voorontwerp moet worden teruggekeerd, zodat het begrip «om niet» uit de voorgestelde wetstekst zal verdwijnen?

De bepaling van artikel 3 brengt met zich mee, aldus zeiden de tot de fracties van S.G.P. en V.V.D. behorende leden, dat fabrikanten van levensmiddelen en dagelijkse verbruiksartikelen in een ongunstige positie worden geplaatst. De Stichting Het Merkartikel merkt hierover op dat daardoor de distribuerende handel in een bijzonder voordelige positie wordt gemanoeuvreerd, omdat hij in tegenstelling tot de fabrikant die slechts een uiterst smal assortiment van artikelen vervaardigt en verkoopt, over zeer ruime keuzemogelijkheden beschikt. De huidige wet laat nog de mogelijkheid open van de zogenaamde bijbetalingssystemen, maar nu deze worden gelijkgesteld met cadeau-acties – zo is althans het voorstel – geldt ook hier het principe van de beperking tot het eigen assortiment, zodat de fabrikant met een uiterst smal assortiment helemaal in een ongelijke positie komt te verkeren. Deze leden zouden het op prijs stellen van de staatssecretaris te vernemen hoe hij oordeelt over deze problematiek.

Volgens dezelfde leden houdt de bepaling van artikel 4, lid 3, in dat het bijbetalen voor duurdere consumptieverwante artikelen i.c. geschenken voorzien van reclamekenmerk niet meer mogelijk is. In hoeverre voorziet de bewindsman door dit zo te stellen in een behoefte? Volgens de directie van Douwe Egberts Nederland BV wordt nu nog 85% van de uitgegeven DE-punten voor geschenken ingewisseld en wordt voor deze methode voor 95% van bijbetaling gebruik gemaakt. Werkt deze methode inderdaad de vergroting van de marktdoorzichtigheid in de hand? Op welke wijze dan? Indien het bijbetalingssysteem zal worden afgeschaft, in hoeverre zal dan het verkrijgen van artikelen tegen inlevering van een bepaald aantal op de verpakking van het hoofdartikel aangebrachte waardebonnen nog aantrekkelijk zijn, gezien de daardoor ontstane lange spaartijden?

De leden, behorende tot de fractie van het G.P.V., vroegen de bewindsman toe te lichten waarom hij afwijzend staat tegenover het aanbieden van een artikel uitsluitend aan hen die ook een ander artikel hebben gekocht.

Dezelfde leden vroegen of, indien het spreekwoord waar is dat kleine geschenken de vriendschap onderhouden, een alternatieve betaling in geld geen afknapper is voor de prettige relatie tussen verkoper en klant, die eerstgenoemde wenst op te bouwen. Behoort het niet tot het goede gebruik dat de prijs van kleine cadeaus niet wordt gevraagd?

De tot de P.S.P.-fractie behorende leden zouden nader van de Staatssecretaris willen vernemen wat hij onder «normale mededinging» verstaat. Betekent de stelling dat een ondernemer slechts goederen ten geschenke mag aanbieden gelijk aan door hem gedurende ten minste drie maanden te koop aangeboden goederen dat dit begrip toch uitgaat van branche-eigen goederen? In hoeverre is dat strijdig met de huidige vervaging van de branches? Waarom wordt met de drie-maandenregeling wel voorkomen dat de normale concurrentieverhoudingen worden verstoord, gegeven het feit dat deze driemaandenregeling nauwelijks controleerbaar lijkt?

Indien het geven van geschenken op gezette tijden, naar algemeen of plaatselijk gebruik, mogelijk blijft, zo vroegen de tot de G.P.V.-fractie behorende leden, zou dit dan volgens de gedachtengang van de bewindsman niet kunnen leiden tot verstoring van de normale concurrentieverhoudingen ten opzichte van bij voorbeeld chocolaterieën, die een aanmerkelijk deel van hun jaaromzet omstreeks Pasen maken? Of zou men zelfs het omgekeerde kunnen stellen, namelijk dat cadeaus waarvan de waarde niet hoger is dan bij voorbeeld circa 5 % van de prijs van de primair gekochte artikelen zo wei-

nig invloed op normale concurrentieverhoudingen kunnen hebben, dat hiertegen zowel op «gezette tijden» als daarbuiten geen bezwaar behoeft te worden gemaakt?

Welke gebruiken, zo vroegen in dit verband nog de tot de P.S.P.-fractie behorende leden, worden onder «algemeen of plaatselijk gebruik» begrepen? Kunnen hier voorbeelden van gegeven worden?

Dezelfde leden vroegen of het begrip «gelijk» (artikel 4, lid 2, onder a) niet erg vaag is? Wordt ermee bedoeld identiek, gelijksoortig of gelijk in gebruikswaarde?

Meent de bewindsman niet dat het zogenaamde «drie halen – twee betalen» eveneens prijsversluitend werkt? Zo ja, waarom is dan voor deze vorm van verkoopbevordering een uitzondering gemaakt?

Ook vroegen de P.S.P.-leden de Staatssecretaris duidelijk te maken dat het opnemen van het ten geschenke geven van goederen bij het kopen van diensten en het ten geschenke geven van diensten bij het kopen van goederen in deze wet de bepalingen te ingewikkeld zou maken. Wanneer kan de algemene maatregel van bestuur tegemoet worden gezien met betrekking tot de diensten welke onder de wet zullen vallen en hoe zal die maatregel er in hoofdlijnen uit gaan zien?

De leden der fractie van de P.S.P. zouden voorts graag meer inlichtingen hebben over de zogenaamde inruilacties. Daarmee wordt bedoeld het geven van een soms aanzienlijke korting, wanneer een soortgelijk, oud artikel wordt ingeruild. Het betreft hier dus een aan een goed (een geschenk van de koper? of van de verkoper?) gebonden korting. Gaan dergelijke acties onder de wet vallen, en zo neen, waarom niet?

Op blz. 11 van de memorie van toelichting zegt de bewindsman dat de «wensen van de verschillende groepen van ondernemers onderling zeer uiteenlopen, en de wensen van de consumentenorganisaties daar weer van afweken.». Kan de bewindsman dit nader toelichten, aldus vroegen de C.P.N.-leden. Welk onderscheid tussen groepen van ondernemers werd gemaakt en welke waren hun onderscheidenlijke standpunten? Welke waren de standpunten van de consumentenorganisaties en waarin verschilden zij van die van de ondernemers?

De P.v.d.A.-leden zeiden het te betreuren, dat het wetsontwerp niet tevens paal en perk stelt aan de zegelsystemen, die immers ook vaak duidelijke voorbeelden van marktondoorzichtigheid en -versluiting vormen. Het wetsontwerp regelt wel het geven van geschenken die, al dan niet met bijbetaling, via het bijeenzamelen van zegels worden verkregen, doch niet de verstrekking van de bonnen of zegels zelf, evenmin als die systemen van bonnen, welke inlevering recht geeft op een bepaald geldbedrag. Ook hier dringt zich echter de vergelijking op met de materie van het voorliggende wetsontwerp en rijst de vraag waarom niet ook een regeling in het kader van de Wet beperking cadeaustelsel 1976 hiervoor dient te worden getroffen. De mededeling in de memorie van toelichting dat dit een zaak is die buiten het kader van de voorgestelde regeling valt moet als een tautologie worden beschouwd zolang niet aangetoond is waarom regeling hiervan niet zou passen in de voorgestelde regeling.

Het was ook de tot de C.P.N.-fractie behorende leden opgevallen dat juist die bonnen en zegelsystemen waarbij de inlevering van een zeker aantal bonnen of zegels recht geeft op een bepaald geldbedrag – een systeem dat met name door grootwinkelbedrijven met succes wordt toegepast – niet onder de voorgestelde regeling valt. Ook door kleinere zelfstandigen wordt dit soort korting toegepast, maar deze moeten er vaak op toeleggen, omdat de klanten de bonnen niet inleveren. Welke zijn de redenen om een dergelijke korting niet in de regeling op te nemen?

Is het in dit verband niet van belang wèl een verschil te maken voor wat betreft de positie van de cadeaugever, omdat de kleine zelfstandige de zegels moet betalen aan de verstrekker? Geldt dit overigens niet voor alle cadeau-acties? In hoeverre kunnen grossier of fabrikant verantwoordelijk worden gesteld voor de financiële gevolgen van een door hen opgelegde reclame-actie voor kleine zelfstandigen? Hoe is dit in de praktijk geregeld?

De leden van de P.S.P.-fractie vonden het niet juist dat het verstrekken van zegels en bonnen zèlf buiten de verbodsbepalingen van de wet valt, maar gegeven dat dit niet verboden wordt, vroegen zij waarom er dan geen beperkende maatregelen worden getroffen, met name de volgende (zoals gesuggereerd door het Konsumenten Kontakt):

1. dat de consument duidelijk moet worden ingelicht over waarde en opbrengst van de zegels en tijdig over eventuele wijzigingen daarin;
2. dat er een minimumbedrag moet worden vastgesteld van waaraf de zegels kunnen worden verzilverd;
3. dat de consument het recht moet hebben om te kunnen kiezen tussen zegels en een rechtstreekse korting op de gekochte goederen;
4. dat elk produkt een duidelijke prijsaanduiding behoort te hebben en een opgave van het aantal en de soorten zegels die aan het produkt zijn verbonden.

In dit verband vroegen de P.S.P.-leden of de Staatssecretaris erkent dat het bezwaar van het cadeaustelsel voor de consument niet alleen bestaat uit prijsversluiierende effecten, maar ook uit het bezorgen van veel last, werk, ergernis, vooral bij de zegelsystemen. Waarom maakt hij daarvan dan geen melding in de memorie van toelichting?

Ter afsluiting van dit onderdeel van de gedachtenwisseling merkten de tot de V.V.D.-fractie behorende leden op, dat zij er geen voorstander van zijn het zegelsysteem onder de werking van de wet te doen vallen.

Het was de tot de P.v.d.A.-fractie behorende leden niet duidelijk geworden waarom in de vrijstellingsbepalingen van artikel 4 ook het geven van geschenken aan wederverkopers is opgenomen. Voor hen mag toch ook de bepleite reële keuzemogelijkheid en marktdoorzichtigheid gelden? Het is de staatssecretaris toch bekend dat het geven van geschenken aan wederverkopers in sommige branches tot ernstige uitwassen leidt en dat daarvan evenzeer ook de uiteindelijke consument de nadelen ondervindt? In omringende landen is dit soort concurrentie toch reeds verboden? Waarom in Nederland dan ook niet?

Bestaat door de bedoelde uitzondering niet de kans, zo voegden de tot de fracties van K.V.P., A.R.P., C.H.U. en C.P.N. behorende leden hieraan toe, op ongewenste verkoopmethoden doordat detaillisten met name de artikelen zullen aanbevelen, die – anders dan op grond van prijs en kwaliteit – hun het recht op allerhande dure cadeaus geven?

De P.S.P.-leden, die zich bij de strekking van voorgaande opmerkingen en vragen aansloten, informeerden of de soms uitgebreide verstrekking van geschenken door medische en farmaceutische industrieën onder de werking van het onderhavige wetsvoorstel valt. Zo nee, worden medici dan beschouwd als wederverkopers? Is de Regering bereid met voorstellen te komen inzake een verbod van een geschenkenstelsel ook waar het wederverkopers betreft, daarbij betreffend de soms extreme «representatiekosten» (reizen), die in dat verband als geschenk worden verstrekt? Zo ja, op welke termijn kunnen dergelijke voorstellen tegemoet worden gezien?

De aan het woord zijnde leden zagen zich geconfronteerd met de vraag waarom, gegeven de vele reeds in artikel 4 vastgelegde uitzonderingen, nog de mogelijkheid van vrijstelling c.q. ontheffing open gehouden wordt. Aan welk soort vrijstellingen en ontheffingen wordt in concreto gedacht?

Komende bij een bespreking van het voorgestelde artikel 12 vroegen dezelfde leden aan de bewindsman uiteen te willen zetten welke personen en/of instellingen «rechtstreeks in hun belang getroffen» kunnen worden in geval wordt besloten tot «verlening, weigering of intrekking van een onthefing». Worden daaronder ook consumenten en/of consumentenorganisaties gerekend en zo nee, is de bewindsman dan bereid een dergelijke mogelijkheid alsnog te openen?

Ten aanzien van het ontbreken van een beroepsmogelijkheid tegen het verlenen van vrijstellingen vroegen deze leden of het wel juist is dat hier sprake is van besluiten van algemene strekking. Zelfs indien dat het geval zou zijn, zou naar de mening van de aan het woord zijnde leden beroep mogelijk moeten zijn.

De verwijzing terzake naar de beginselen van de Nederlandse administratieve wetgeving achtten deze leden onvoldoende reden de beroepsmogelijkheid hier uit te sluiten. Wellicht zal dan die administratieve wetgeving in dit opzicht gewijzigd moeten worden.

Artikelen

Artikel 1

Is de staatssecretaris niet van mening, dat ten opzichte van de formulering «het als geschenk aanbieden of verstrekken van goederen» de op blz. 12 in de memorie van toelichting gebezigde omschrijving «(het) ten geschenke geven van een aankooprecht en het ten geschenke geven van een goed» aanzienlijk duidelijker is?

Artikel 2

Biedt de omschrijving «kennelijk. . . ter versluiering» in de praktijk wel voldoende mogelijkheden om normale gevallen van gezamenlijke verkoop van ontoelaatbaar geachte gevallen te onderscheiden? Wat te denken van de combinatie colbert – pantalon, overhemd – stropdas? Is geen uitbreiding van de toelichting op dit punt gewenst?

Artikel 3

Wat is de reden van de korte termijn van drie maanden? Is het niet beter dat aan «regelmatig» in lid 1, onder a, «rechtmatig» in de zin van rechtmatig gevestigd als bedoeld in de Vestigingswet detailhandel wordt toegevoegd? Moet onder b niet eveneens «regelmatig» worden ingevoegd, om te voorkomen dat schijnaanbiedingen blijven bestaan, tenzij dit juist de bedoeling is?

Waarom is in lid 2, onder a en b, gekozen voor de helft?

Moet in lid 2 onder de «afnemer» worden verstaan «de verbruiker» (vgl. ook het eerste lid, onder c, van dit artikel)? Waarop hebben de woorden «die prijs» betrekking? Is het mogelijk een meer eenvoudige en begrijpelijke formulering te kiezen?

Artikel 4

In lid 2, onder a, is sprake van «de grond». Is het niet beter daarvoor in de plaats te lezen «de voorwaarde»? Waarom is het woord «alle» gebruikt? Wat moet precies worden verstaan onder «alle goederen»?

Valt het boekenweekgeschenk onder de omschrijving van lid 2, onder b?

Waarom is in lid 3, onder a, gekozen voor de grens van vier procent van de verkoopprijs? Hoe is controle op dit percentage mogelijk?

Een maximumwaarde van vier procent mag gering lijken; indien de prijs van het goed waarvan het verkopen de grond is van het en geschenke aanbieden f 10 000 bedraagt (bijv. een auto), zal het geschenk liefst maximaal

f 400 mogen kosten. De vraag rijst dan of niet ook een absoluut bedrag (bijv. f 100) als alternatief geschenkmaximum dient te worden genoemd.

In de toelichting op lid, onder b, wordt over een bedrag van ongeveer f 0,25 gesproken. Waarom wordt dit niet, al dan niet vergezeld van een indexatieclausule, in het artikel zelf vastgelegd? Hoe zal de afweging in de praktijk moeten gebeuren van wat een «kleinigheid van geringe waarde» is, indien daarover verder niet geregeld wordt? Is een «kleinigheid van geringe waarde» eventueel te omschrijven als een goed met een maximumprijs, die dan nog in enig verband staat tot de verkoopprijs van het primair gekochte artikel?

Artikel 7

Heeft de wetgever hier een zeer beperkte of juist een ruime toepassing op het oog? De memorie van toelichting spreekt over het aanbieden van reizen als geschenk (blz. 14). Acht de staatssecretaris hier geen uitbreiding van de toelichting gewenst?

Artikel 16

Een aanpassingsperiode van twee jaar is wellicht voldoende voor ondernemers om hun cadeau-acties aan te passen aan de nieuwe regeling. De vraag is echter of deze periode niet te kort is voor die ondernemingen die hun bestaan vinden in het produceren van de geschenkartikelen zelf.

Bijlage

Ter griffie nedergelegd, ter inzage van de leden, zijn adressen van:

- Konsumenten Kontakt te Rijswijk (Z.-H.)
- Stichting Het Merkartikel te Amsterdam
- Douwe Egberts Nederland B.V. te Utrecht
- Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Gouda en omstreken
- Kamer van Koophandel en Fabrieken voor Utrecht en omstreken
- de raad der gemeente Amerongen
- het bestuur der afdeling Amerongen van de Volkspartij voor Vrijheid en Democratie
- Nederlandse Vereniging van Erkende Reclame- Adviesbureaux te Amsterdam
- Mail Service Ootmarsum B.V. te Ootmarsum

De voorzitter der commissie,
Portheine

De griffier der commissie,
Van der Knoop