

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA DEN HAAG

Datum 30 april 2019

Betreft Beantwoording van de vragen over ongewenste post

Geachte Voorzitter,

Hierbij treft u de antwoorden aan op vragen van het lid Moorlag (PvdA) over ongewenste post, ingezonden op 4 april 2019 met kenmerk 2019Z06739.

Hoogachtend,

mr. drs. M.C.G. Keijzer
Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat

2019Z06739

1

Kent u het bericht "Stop met brieven-terreur"?

Antwoord

Ja.

2

Deelt u de mening dat burgers en bedrijven die dat niet willen verschoond moeten kunnen blijven van ongeadresseerde post, ook al is die gericht aan "bewoners van dit pand" of gelijkwaardige bewoordingen? Zo ja, waarom? Zo nee, waarom niet?

3

Deelt u de opvatting dat het bieden van goede mogelijkheden aan de burgers om ongewenste post te weren milieuwinst oplevert (onder andere minder papierverspilling) en bijdraagt aan het welzijn van burgers, in het bijzonder het deel van de burgerij dat zich meer of minder mateloos ergert aan ongewenste post in de brievenbus? Zo nee, waarom niet?

Antwoord 2 en 3

Ik ben het met u eens dat het belangrijk is dat burgers en bedrijven controle hebben over de mate waarin hun gegevens worden gebruikt voor het versturen van reclamedrukwerk. Burgers en bedrijven kunnen deze controle op verschillende manieren uitoefenen.

Als burgers en bedrijven ongeadresseerd reclamedrukwerk niet op prijs stellen, kunnen zij gebruik maken van een sticker bij de deur. Door een zogenaamde "Nee-Nee"-sticker op de brievenbus te plakken wordt ongeadresseerd reclamedrukwerk en huis-aan-huisbladen geblokkeerd. Met een "Nee-Ja"-sticker wordt alleen ongeadresseerd reclamedrukwerk geblokkeerd.

Wanneer burgers en bedrijven geen geadresseerde reclamepost wensen te ontvangen, kunnen zij hun adres inschrijven in het Nationaal Postregister. Met een inschrijving in dit register kunnen burgers en bedrijven eenvoudig en zonder kosten zelf kiezen welke geadresseerde reclamepost zij wensen te ontvangen. Middels zelfregulering heeft de betrokken sector zichzelf verplicht de registraties in dit register te respecteren. De Stichting Reclame Code ziet toe op de naleving van deze zelfregulering. Burgers die een klacht hebben over dit register kunnen bij de Reclame Code Commissie een klacht indienen.

De registratie in het Postregister geldt niet voor organisaties waarbij de geadresseerde klant is (geweest). Om reclamedrukwerk van deze organisaties te blokkeren kan gebruikt gemaakt worden van het zogeheten 'recht van bezwaar'. Dit is een wettelijk instrument op basis van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) waarvan de betrokkene bij de organisatie kan melden dat hij of zij de reclamepost niet langer op prijs stelt. De organisatie moet vervolgens zorgen dat er geen reclamepost meer wordt verstuurd.

Ik ben van mening dat we in Nederland op deze manier met zelfregulering en een wettelijk instrument goed hebben geborgd dat mensen zich van zowel geadresseerd als ongeadresseerd reclamedrukwerk kunnen vrijwaren.

4

Deelt u de opvatting dat de mogelijkheden die burgers hebben om dergelijke post nu te kunnen weren onvoldoende bekendheid genieten en niet toereikend zijn? Zo nee, waarom niet?

Antwoord

Onder meer de Rijksoverheid, Postfilter (beheerder van het Nationaal Postregister), Consuwijzer en de Consumentenbond bieden via hun websites openbare informatie over de mogelijkheden om reclamedrukwerk te blokkeren. Wanneer burgers of bedrijven op zoek gaan naar informatie over de mogelijkheden om reclamedrukwerk te blokkeren is dit naar mijn mening goed beschikbaar. Bovendien is deze informatie, zoals uiteengezet in antwoord 2 en 3, wat mij betreft toereikend.

5

Deelt u de mening dat, naar het voorbeeld van en in navolging op uw plannen ten aanzien van telemarketing, er een opt-in systeem moet komen waarbij burgers of bedrijven die niet voor genoemde post opteren die voortaan niet meer zullen ontvangen? Zo ja, op welke termijn gaat u hiervoor zorgen? Zo nee, waarom niet?

Antwoord

In mijn Consumentenagenda heb ik aangekondigd een opt-in regime voor telemarketing te gaan introduceren. Telemarketing is een van de grootste problemen en irritaties onder consumenten. De Autoriteit Consument en Markt (ACM) en de Consumentenbond ontvangen al jaren veel klachten. Belangenorganisaties en leden van uw Kamer hebben meerdere keren aandacht gevraagd voor de situatie. Ik heb geen signalen gekregen dat er in het geval van reclamepost ook sprake is van een probleem van dergelijke omvang. Daarnaast heb ik in de beantwoording van vraag 2 en 3 geconstateerd dat burgers en bedrijven goede mogelijkheden wordt geboden om reclamedrukwerk te blokkeren. Ik zie daarom op dit moment geen reden om ook voor reclamepost een opt-in regime te introduceren.

6

Bent u bereid om met consumentenorganisaties in overleg te treden om te bezien op welke wijze een opt-in systeem geïntroduceerd kan worden, of andere adequate maatregelen kunnen worden getroffen om de positie van consumenten beter te beschermen? Zo ja, wanneer en wilt u dan de uitkomsten delen met de Kamer? Zo nee, waarom niet?

Antwoord

Zoals ik in het antwoord op vraag 5 heb toegelicht, zie ik op dit moment geen aanleiding om voor reclamepost een opt-in systeem te introduceren, of andere maatregelen te treffen.