

‘Van sommige regels begrijpen wij ook niet waarom die er nog zijn’, zegt toezichthouder ACM

Interview Martijn Snoep

Voorzitter ACM De Autoriteit Consument en Markt wil regels gaan schrappen die hun functie hebben verloren, schrijft de toezichthouder in zijn jaarplan. Ook gaat de ACM onderzoek doen naar dierenartsen en duurzaamheidsclaims.

Een toezichthouder die regels wil schrappen? Dat klinkt bijna paradoxaal. Toch stelt de Autoriteit Consument en Markt (ACM) dit voor in haar jaarplan, dat deze woensdag verschijnt.

Bestuursvoorzitter Martijn Snoep: „In alle eerlijkheid: als we kijken naar de wetgeving die wij moeten handhaven, dan begrijpen we van sommige regels ook niet meer helemaal waarom die er nog zijn.” Voorbeelden wil Snoep nu niet geven, omdat hierover nog overleg gaande is met marktpartijen. In haar jaarverslag brengt de ACM over een paar maanden een lijst met wetten waarop ze geen toezicht meer houdt.

Die regels hebben hun functie verloren. „Dat moeten we doorbreken; het is eigenlijk een soort grote hygiëne”, zegt hij.

De ACM is zo’n ‘schoonmaak’ ieder jaar van plan. „Volgend jaar willen we ondernemingen vragen zelf aan te geven welke wetten waarop wij toezien volgens hen niet meer werken.”

Het jaarplan van de ACM komt een week nadat de nieuwe Europese Commissie haar Concurrentiekompass heeft gepresenteerd, als antwoord op [het rapport dat Mario Draghi vorig najaar](#) uitbracht. De Italiaanse oud-premier deed aanbevelingen hoe Europa economisch kan opboksen tegen de VS en China.

In een gesprek met Snoep op het ACM-kantoor in Den Haag kan dat ‘kompas’ niet onbesproken blijven. Verminderen van regels op Europees en nationaal niveau is immers een belangrijk element in de plannen van de Europese Commissie. Ook stimulering van ‘Europese kampioenen’ – leidende Europese ondernemingen – is onderdeel van dat beleid.

Verwacht u dat het mededingingsbeleid in Europa minder streng wordt door dat streven naar Europese kampioenen?

„Bij Europese kampioenen wordt vaak gedacht: nu moeten de fusieregels op de schop. Maar kijk naar de grootste Europese kampioen uit Nederland, ASML. Dat is een wereldspeler geworden zonder noemenswaardige fusies. Ze hebben wel eens een overname gedaan, maar vooral een indrukwekkende groep toeleveringsbedrijven aan zich gebonden. Het is volgens mij een fundamentele denkfout dat we alleen Europese kampioenen krijgen door fusies toe te staan die de concurrentie verminderen. Concurrentie maakt bedrijven meestal sterker.”

Hoe krijg je dan kampioenen?

„Zo’n kampioen zal wellicht vaak uit een groot land als Duitsland of Frankrijk komen. Maar ook die hebben goede toeleveranciers nodig. De Nederlandse industrie levert voor een belangrijk deel toe aan andere Europese bedrijven. En het is niet in het Nederlandse belang om sterke, monopolistische Europese spelers te hebben, die hun toeleveranciers tot op het bot uitknijpen.

„Als we de aanbevelingen van Draghi volgen, hoop ik wel dat de wetgever in Nederland een new competition tool introduceert [waarmee toezichthouders kunnen ingrijpen in markten waar te weinig concurrentie is]. Andere Europese landen hebben dat ook. Daarmee kan je markten die op slot zitten, openbreken voor nieuwe, innovatieve bedrijven. Dat is goed voor de economische groei.”

In uw jaarplan stelt u stimulering van een open en eerlijke digitale economie tot doel. Big Tech lijkt intussen de regering-Trump te gebruiken om Europa met zijn strenge regelgeving te laten inbinden. Gaat dat wringen?

„Het moment van de waarheid nadert. Het traditionele mededingingsrecht schoot tekort om de grote technologiebedrijven te reguleren. Daarom zijn we blij dat de Digital Markets Act en de Digital Services Act in werking zijn getreden. Het is nu aan de Europese Commissie om stappen tegen Big Tech te zetten. Een klein land als Nederland heeft daarvoor te weinig macht; die techbedrijven zijn een maat te groot voor ons. Toen wij in 2021 Apple aanpakten vanwege [concurrentiebeperkende voorwaarden in] zijn App Store, vreesden we tegelijk dat het zich gewoon zou terugtrekken uit Nederland omdat wij ze het leven zo zuur maakten. Zij hebben de Nederlandse markt niet nodig.”
U noemt voorkomen van haatzaaien en desinformatie verspreiden via socialemediaplatforms ook als doelstelling.

„Brussel doet de grote platforms. Wij ondersteunen door het aanleveren van informatie. Kleinere spelers die in Nederland gevestigd zijn, vallen onder onze jurisdictie.

„Wij gaan ook achter het aanbieden van verboden producten aan. En we hebben van gaming weer een aandachtspunt gemaakt. Vorig jaar hadden we al de zaak tegen Fortnite, dat wij een boete gaven omdat het kinderen aanzet tot aankopen.

„Wij gaan door met aanpakken van grote gamingbedrijven, omdat wij vinden dat ze heel sluwe technieken inzetten om mensen verslaafd te maken en zo veel mogelijk geld uit de zak te kloppen. Een tegenmacht is nodig om die mensen in bescherming te nemen.”

Snoep gaf zeven jaar geleden zijn partnerschap bij advocatenkantoor De Brauw Blackstone Westbroek op om voorzitter te worden van de ACM. Dit jaar loopt zijn termijn af. Wil hij nog een periode van zeven jaar?

‘Hartstikke leuk’

„Het makkelijke antwoord is dat ik daar niet zelf over ga”, zegt hij met een kleine glimlach. De minister van Economische Zaken moet hem herbenoemen. Snoep denkt er nog over na, zegt hij. En hij moet nog spreken met de ondernemingsraad en de raad van advies. „Ik vind het wel nog steeds hartstikke leuk.”

Met de ACM wil Snoep dit jaar enkele grotere dossiers oppakken. De markt voor dierenartsen is er een van. NRC onthulde eerder hoe grote investeerders die markt overnemen door kleine praktijken op te kopen.

Dat heeft tot forse prijsstijgingen geleid. Tegelijk krimpt het aantal plekken waar eigenaren met hun dier terecht kunnen als er 's avonds of in het weekend iets mee aan de hand is.

Waarom stellen jullie daar nu onderzoek naar in?

„We krijgen signalen van mensen die plots veel te veel geld moeten betalen. En over dierenartsen die niet thuis geven. Wij zien dit als een indicatie voor marktfalen.”

Wat kun je doen als ACM?

„We willen kijken wat er precies aan de hand is. Constateren we overtredingen, dan gaan we erachteraan. Het kan ook zijn dat er iets aan de wetgeving veranderd moet worden om de markt beter te laten werken.

„Deze signalen willen nog niet zeggen dat er een overtreding is van de mededingings- of de consumentenbeschermingsregels. De oplossing kan liggen in meer concurrentie, of meer transparantie voor consumenten. Of in strengere controle op overnames van dierenartsenpraktijken.”
De toezichthouder licht ook elk jaar duurzaamheidsclaims van bedrijven in een bepaalde sector door. Dit jaar is dat de levensmiddelenbranche.

Wat voor signalen krijgen jullie?

„We zien allerlei claims die niet goed onderbouwd zijn, te algemeen. Het is duurzaam, staat dan op een product – maar wat is precies duurzaam? Of er staat iets op een product dat ronduit misleidend is. Dan is alleen een verpakking duurzaam, en niet de inhoud. Soms is het niet kwaad bedoeld, maar komt zo'n claim voort uit enthousiasme over een duurzaam project van zo'n bedrijf.”

Wat gaan jullie hieraan doen?

„We gaan de hele sector nog een keer wijzen op de regels. En we melden ons bij individuele bedrijven: het lijkt erop dat dit niet helemaal klopt, kijk hier nog eens naar.

„Bedrijven waarvan het evident is dat hun duurzaamheidsclaim niet klopt, pakken we harder aan. Als daar na een paar maanden niets is veranderd, volgen zeker boetes. Dat doen we voor de consument, én om oneerlijke concurrentie tegen te gaan. Een bedrijf dat eerlijke claims heeft, doet daar moeite voor en heeft misschien lagere marges.”

Zes jaar geleden zei u in NRC: we moeten als ACM weer meer boetes gaan uitdelen.

„Destijds ging het vooral over mededingingstoezicht. Toen waren er eigenlijk drie jaar lang geen boetes opgelegd, wat ook weer niet de bedoeling is.

„Natuurlijk moeten we boetes uitdelen. Maar ons succes zou niet moeten worden afgemeten aan het aantal. Als je jaren over een boete moet procederen, beweegt dat niet per se een hele markt de goede richting op. Wij zoeken ook andere manieren om de markt beter te laten werken.”

BRON: <https://www.nrc.nl/nieuws/2025/02/05/acm-gaat-dierenartsen-en-levensmiddelenbedrijven-onderzoeken-a4881970>