



# Parlement en Wetenschap

## NAAR EFFECTIEVE REGULERING VOOR EEN EERLIJKE BEZORGECONOMIE

Deze factsheet is tot stand gekomen in het kader van de samenwerking tussen de Tweede Kamer, de KNAW, NWO, VSNU en de jonge Akademie

28 januari 2021

Auteurs: Dr. Inge Graef, universitair hoofddocent mededingingsrecht, Tilburg University  
Dr. Jesse Weltevreden, lector Digital Commerce, Hogeschool van Amsterdam  
Dr. Ton van Rietbergen, docent sociale geografie, Universiteit Utrecht

### Centrale vraagstelling

De opkomst van onlineplatformen zoals Thuisbezorgd.nl en Bol.com hebben consumenten en bedrijven grote voordelen gebracht in de vorm van meer keuze en een groter bereik. Van alle onlineproductaankopen in Nederland werd eind 2019 circa 54% via onlineplatformen gedaan. En bij het online kopen van diensten en tweedehands producten bedraagt het aandeel van onlineplatformen respectievelijk 45% en 95%.<sup>1</sup> Tegelijkertijd leidt de toenemende macht van sommige van deze platformen ook tot zorgen over mogelijk misbruik van die macht ten opzichte van ondernemers en consumenten. De motie-Moorlag/Van den Berg (35 300 XIII, nr. 90) verwijst naar nadelige sociaaleconomische effecten van de huidige marktordening in de bezorgeconomie die mogelijk doorwerkt in aspecten als sociale (on)rechtvaardigheid en economische (on)doelmatigheid.

Tegen deze achtergrond is de centrale vraagstelling van deze bijdrage:

**Wat is het belang van onlineplatformen in Nederland, welke mogelijkheden biedt het bestaande regelgevingskader om op te treden tegen mogelijk oneerlijke praktijken en welke aanvullende maatregelen zou Nederland kunnen nemen voor een effectievere bescherming van ondernemers en consumenten die actief zijn op onlineplatformen?**

### Hoofdboodschap

Deze bijdrage geeft inzicht in het belang van onlineplatformen voor Nederlandse ondernemers en consumenten en laat zien dat onlineplatformen niet in een juridisch vacuüm opereren. Bestaande regelgeving stelt beperkingen aan het gedrag van platformen, maar niet alle mogelijkheden om te komen tot een eerlijke bezorgeconomie lijken al te worden benut. Dit is deels te verklaren door een gebrek aan effectieve toepassing van de bestaande regels op nieuwe gedragingen waarvoor nog geen precedent bestaat. Aanvullende maatregelen en betere afstemming tussen handhavinginstrumenten zouden toezichthouders meer handvatten kunnen bieden om proactiever op te treden.

### Bescherming van ondernemers

Voor een groeiend aantal ondernemers vormen platformen een belangrijk afzetkanaal. Het aandeel ondernemers dat actief is op onlineplatformen varieert sterk per sector. Zo was eind 2018 21% van de moderetailers in Nederland actief op onlineplatformen, tegenover 95% van alle hotels. Omzetgroei is de voornaamste drijfveer voor ondernemers om actief te worden op platformen. Het gros van de ondernemers is (zeer) positief over de omzetgroei die ze via onlineplatformen weten te realiseren (77%). De bijdrage die onlineplatformen leveren aan de omzet van bedrijven verschilt per sector: van gemiddeld 11% onder moderetailers tot 46% onder hotels.<sup>2</sup> Ondanks de voordelen die ondernemers ervaren van het verkopen via onlineplatformen, zijn er ook zorgen. Zo vindt 58% van de ondernemers dat onlineplatformen te veel macht hebben.

#### *Transparantie voor ondernemers*

Sinds juli 2020 is de 'Platform-to-Business'-Verordening (EU-Verordening 2019/1150) van toepassing die de sterke onderhandelingspositie van platformen en de grote mate van afhankelijkheid die ondernemers ondervinden onderkent. Dit uit zich bijvoorbeeld in zorgen over de mate waarin platformen het succes van

<sup>1</sup> Multiscope en Hogeschool van Amsterdam (2021).

<sup>2</sup> ShoppingTomorrow (2019).

ondernemers kunnen uitbuiten door middel van hoge commissies of oneerlijke contractvoorwaarden. De bescherming die de Verordening biedt omvat onder andere een verplichting voor platformen om een opzegtermijn van ten minste vijftien dagen te bieden voordat wijzigingen in de algemene voorwaarden doorgevoerd mogen worden (artikel 3 lid 2) en om een intern klachtenafhandelingssysteem op te zetten (artikel 11).

Andere bepalingen van de Verordening richten zich vooral op het bevorderen van transparantie voor ondernemers, met name over hoe platformen hun rangschikking bepalen (artikel 5), of ze hun eigen producten of diensten bevoordelen (artikel 7), de mate van toegang die ondernemers hebben tot gegevens die worden gegenereerd bij het gebruik van het platform (bijvoorbeeld over de transacties die gesloten worden, artikel 9), en of platformen beperkingen opleggen aan ondernemers om dezelfde producten of diensten buiten het platform om onder afwijkende voorwaarden aan te bieden (artikel 10). Bij het laatste gaat het vooral om zogenaamde beste-prijsgaranties waarbij ondernemers zich ertoe verbinden om via andere platformen en hun eigen verkoopkanalen geen lagere prijs te hanteren. Voor deze vier onderwerpen legt de Verordening geen verplichtingen op aan platformen anders dan transparantie. Dit betekent dat platformen onder de Verordening nog steeds vrij zijn om bijvoorbeeld voorrang te geven aan hun eigen diensten in de rangschikking en de toegang tot gegevens te beperken, zolang ze hier maar open over zijn. Gezien de zorgen over de macht van sommige platformen lijkt de Verordening met haar focus op transparantie daarom slechts een eerste stap te kunnen zijn richting een eerlijke bezorgeconomie.

#### *Dubbelrol van platforms: tussenpersoon én concurrent*

Binnen het mededingingsrecht, dat meer verregaand ingrijpen dan de Platform-to-Business-Verordening mogelijk maakt, is er steeds meer aandacht voor de positie van ondernemers ten opzichte van platformen bij het handhaven van het verbod op machtsmisbruik. Onder ondernemers is (het gevaar van) de concurrentie van het onlineplatform zelf het op één na belangrijkste zorgpunt.<sup>3</sup> In 2017 is Google door de Europese Commissie beboet voor het bevoordelen van diens eigen prijsvergelijkingsdienst in de algemene zoekresultaten.<sup>4</sup> Door deze voorkeursbehandeling stond Googles eigen dienst Google Shopping hoger in de rangschikking van zoekresultaten dan de prijsvergelijkingsdiensten van Googles concurrenten. In november 2020 maakte de Commissie haar voorlopige standpunt bekend dat Amazon de mededingingsregels heeft overtreden door systematisch niet-openbare bedrijfsgegevens van onafhankelijke verkopers te gebruiken ten voordele van Amazons eigen retailactiviteiten.<sup>5</sup>

Beide mededingingszaken richten zich op platformen die een dubbelrol vervullen. Deze platformen zijn niet alleen de schakel tussen ondernemers en consumenten, maar concurreren zelf ook rechtstreeks met deze ondernemers (namelijk op de markt voor prijsvergelijkingsdiensten wat betreft Google en op de retailmarkt wat betreft Amazon). Door hun sterke marktpositie kunnen zulke platformen eenzijdig hun eigen regels opleggen en zich gedragen als 'particuliere regelgevers' van publieke belangen, zoals de mate van concurrentie en innovatie.<sup>6</sup> De zorgen over zelfbevoordeling in rangschikkingssystemen en toegang tot gegevens zijn ook aan de orde bij platformen in de bezorgeconomie die zo'n dubbelrol vervullen. Denk bijvoorbeeld aan Bol.com dat zelf producten verkoopt aan consumenten in concurrentie met externe verkopers op het platform. Om binnen het toepassingsgebied van het verbod op machtsmisbruik te vallen moeten zulke platformen wel over een economische machtspositie beschikken, wat aan de orde is bij een marktaandeel van 40 of 50%. Van alle onlineplatformen die Nederlandse consumenten gebruiken, vervult circa 11% een dergelijke dubbelrol. Echter, binnen het totaal aan onlineaankopen van nieuwe producten wordt circa 40% van de omzet gerealiseerd door onlineplatformen die zowel bemiddelen tussen kopers en verkopers als zelf direct verkopen aan consumenten. Slechts 11% van de omzet in deze categorie komt van onlineplatformen die enkel als bemiddelaar optreden tussen koper en verkoper; de overige 49% komt van webwinkels.<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup> ShoppingTomorrow (2019).

<sup>4</sup> Beslissing Europese Commissie, zaak AT.39740 *Google Search (Shopping)*, 27 juni 2017.

<sup>5</sup> Persbericht Europese Commissie, 'Antitrust: Commission sends Statement of Objections to Amazon for the use of non-public independent seller data and opens second investigation into its e-commerce business practices', 10 november 2020, beschikbaar via [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip\\_20\\_2077](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_20_2077).

<sup>6</sup> Zie de verwijzing naar platformen met een 'regulatory function', zoals gebruikt in het expert-rapport uit 2019 dat in opdracht van Eurocommissaris Vestager werd geschreven: J. Crémer, Y.-A. de Montjoye & H. Schweitzer, 'Competition policy for the digital era', 2019, beschikbaar via <https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/kd0419345enn.pdf>.

<sup>7</sup> Multiscope en Hogeschool van Amsterdam (2021).

## Zorgen over uitbuiting van ondernemers

Naast zorgen gerelateerd aan de dubbelrol die sommige platformen vervullen, zijn er ook andere praktijken van platformen die in strijd kunnen zijn met de mededingingsregels. Zo kunnen er vragen gesteld worden bij de commissies die platformen in de bezorgeconomie opleggen aan restaurants en verkopers.<sup>8</sup> Of de commissies echter zo excessief zijn dat ze de mededinging verstoren is niet makkelijk vast te stellen, vanwege het ontbreken van een goed referentiepunt voor wat een eerlijke commissie in een concurrerende markt zou inhouden.<sup>9</sup> Commissies worden doorgaans per productcategorie vastgesteld. Uit een analyse van de commissies van 25 grote, in Europa actieve onlineplatformen door de Hogeschool van Amsterdam blijkt dat er tussen platformen (enige mate van) variatie is in de hoogte van het commissiepercentage. Desalniettemin neigen veel platformen ernaar om hun commissie (vrijwel) gelijk te stellen aan die van concurrerende platformen.<sup>10</sup> Naast commissies brengen veel grote onlineplatformen ook andere kosten in rekening aan ondernemers, waaronder abonnements-, start-, plaatsings-, marketing- en transactiekosten. Onderzoek onder retailers en hotels leert dat ondernemers zich primair zorgen maken om de hoogte van de verkoop- en advertentiekosten die zij moeten betalen om actief te zijn op onlineplatformen en, daarmee samenhangend, om hun winstgevendheid.<sup>11</sup>

In een onderzoek uit 2016 naar Thuisbezorgd.nl concludeerde de Autoriteit Consument & Markt (ACM) dat diens beste prijsgarantie (waarbij restaurants geen lagere prijs voor maaltijden mogen vragen op hun eigen website) geen nadelige effecten oplevert voor consumenten en dat de markt voldoende concurrerend is vanwege de opkomst van nieuwe spelers.<sup>12</sup> In andere Europese landen zijn mededingingszaken gevoerd over beste-prijsgaranties in de hotelboekingssector, met verschillende uitkomsten. De Duitse mededingingsautoriteit (*Bundeskartellamt*) heeft in eerste instantie het gebruik van elke vorm van beste-prijsgaranties door Booking.com verboden,<sup>13</sup> maar is in beroep in juli 2019 teruggefloten door de Düsseldorfer rechtbank die bepaalde dat de zogenaamde 'smalle' beste prijsgarantie in dit geval geen mededingingsbeperkende effecten had.<sup>14</sup> Bij 'smalle' beste prijsgaranties mogen ondernemers geen lagere prijzen hanteren via de eigen verkoopkanalen, maar wel op andere platformen. De Düsseldorfer rechter – en ook de mededingingsautoriteiten in Frankrijk, Italië en Zweden – is van oordeel dat zulke clausules geoorloofd zijn om het verdienmodel van platformen te beschermen en 'free riding' te voorkomen, waarbij consumenten het platform slechts gebruiken om prijzen te vergelijken maar hun boeking doen via de eigen verkoopkanalen van hotels. Wel is er inmiddels wetgeving in landen als Frankrijk, Italië, Oostenrijk en België waarin beste-prijsgaranties bij wet verboden zijn in de hotelboekingssector.<sup>15</sup> Momenteel is de Europese Commissie bezig met de herziening van de Verticale Groepsvrijstellingsverordening waarin bepalingen worden opgenomen over clausules die niet in verticale overeenkomsten mogen voorkomen.<sup>16</sup> De herziening is een gelegenheid om meer coherentie te creëren op EU-niveau bij het aanpakken van beste-prijsgaranties.

## Nieuwe wetgeving en mogelijke aanvullende maatregelen

Hoewel er dus mogelijkheden zijn om het mededingingsrecht in te zetten als handhavingsinstrument voor een eerlijke platform- en bezorgeconomie, zijn een aantal van de bovengenoemde zorgen nog relatief nieuw en kan precedentwerking nu pas ontstaan. Ook is er een beleidsdiscussie gaande over hoe het mededingingsrecht effectiever gemaakt kan worden om problemen in de snel veranderende digitale economie tegen te gaan. Nederland heeft ook bijgedragen aan deze discussie in de vorm van verschillende notities en papers.<sup>17</sup>

---

<sup>8</sup> Zie bijvoorbeeld eerdere Kamervragen over de in 2017 eenzijdig opgelegde commissieverhoging door Thuisbezorgd.nl: Aangangsel van de Handelingen, Tweede Kamer 2017-2018 nr. 987, beschikbaar via <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/ah-tk-20172018-987.html>.

<sup>9</sup> Eerdere Europese rechtspraak over excessieve prijzen is hierbij relevant. Zie zaak 27/76, *United Brands*, 14 februari 1978, ECLI:EU:C:1978:22 en zaak C-177/16, *AKKA/LAA*, 14 september 2017, ECLI:EU:C:2017:689.

<sup>10</sup> Weltevreden, J.W.J. (2019). *De Twinkle Marketplace Matrix*. Amsterdam: Hogeschool van Amsterdam.

<sup>11</sup> *ShoppingTomorrow* (2019).

<sup>12</sup> Beslissing ACM, zaaknummer 15.1073.53, *Thuisbezorgd.nl*, 18 november 2016.

<sup>13</sup> Beslissing Bundeskartellamt, zaak B 9-121/13, *Booking.com*, 22 december 2015.

<sup>14</sup> Oberlandesgericht Düsseldorf, zaak VI-Kart 2/16 (V), *Booking.com*, 4 juni 2019.

<sup>15</sup> Zie de discussie in I. Vandenborre & C. Janssens, 'MFN Clauses and Antitrust Enforcement: On a Slow Path to Convergence?', *CPI Antitrust Chronicle* september 2019.

<sup>16</sup> Zie de publieke consultatie die de Europese Commissie heeft opengesteld tot eind maart 2021: [https://ec.europa.eu/competition/consultations/2018\\_vber/index\\_en.html](https://ec.europa.eu/competition/consultations/2018_vber/index_en.html).

<sup>17</sup> Zie de discussienotitie uit mei 2019 van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat over de toekomstbestendigheid van het mededingingsbeleid in relatie tot onlineplatformen op

Wetenschappers wijzen erop dat algemene regels voor marktmacht en regulering niet zinnig zijn.<sup>18</sup> Het recente preadvies over mededingingsbeleid van de Koninklijke Vereniging voor de Staathuishoudkunde bevat twee belangrijke opmerkingen over toezicht:<sup>19</sup>

1. Het ex-post toezicht op grote techbedrijven vertoont grote tekortkomingen. De trajecten duren veel te lang waardoor er grote juridische onzekerheid ontstaat. Bovendien kan het probleem dan al door innovatie zijn opgelost. Er wordt gewerkt met een statisch concurrentiebeeld (marktmacht) terwijl het om een dynamisch proces gaat. Zo zagen zeer dominante techbedrijven als Nokia, Myspace, Skype en Yahoo hun sterke marktpositie dalen.
2. Beperkte kennis over de werking van platformen en het niet aansluiten van juridisch jargon op economische theorie leidt vaak tot problemen. Ze onderscheiden daarbij Type-I-fouten (waarbij de toezichthouder ten onrechte ingrijpt omdat markt en/of innovatie hun werk doen) en Type-II-fouten waarbij de toezichthouder ten onrechte niet ingrijpt (bijvoorbeeld bij overname van Instagram door Facebook).

Als reactie op dit beleidsdebat heeft de Europese Commissie in december 2020 een wetgevingsvoorstel voor een 'Digital Markets Act' gepresenteerd dat bepaalde verplichtingen oplegt aan platformen met een poortwachtersfunctie. Deze verplichtingen gaan verder dan de transparantie-eisen uit de Platform-to-Business-Verordening. Zo mogen platformen met een poortwachtersfunctie geen beste-prijsgarantie aan ondernemers opleggen (artikel 5(b)), mogen ze geen niet-openbare gegevens over de activiteiten van ondernemers benutten voor het aanbieden van eigen activiteiten in concurrentie met die ondernemers (artikel 6(1)(a)), en mogen ze hun eigen producten en diensten geen voorrang geven in rangschikkingssystemen (artikel 6(1)(d)). Vanwege de relatief hoge kwantitatieve drempels om platformen als poortwachtersplatform te kwalificeren lijkt het echter onwaarschijnlijk dat platformen in de bezorgeconomie onder het toepassingsgebied van de Digital Markets Act vallen.<sup>20</sup>

Los van de voorgenoemde Europese regelgevingskaders staat het lidstaten vrij aanvullende wetgeving te maken om problemen op nationaal niveau weg te nemen. Verwezen kan worden naar Duitsland dat in januari 2021 een amendement op de mededingingswet heeft aangenomen met extra bevoegdheden voor het Duitse Bundeskartellamt om op te treden tegen platformen.<sup>21</sup> Ook hebben een aantal lidstaten regels opgesteld over misbruik van economische afhankelijkheid; regels die gelden voor bedrijven wier marktpositie niet zo sterk is dat ze vallen onder het verbod op machtsmisbruik van het mededingingsrecht, maar wel zorgen oproept over mogelijke uitbuiting van klanten. Zulke regels bestaan in landen als Duitsland, Frankrijk, Italië en Griekenland al jaren en in 2019 heeft ook België een dergelijk regime aangenomen.<sup>22</sup> Ook in de bezorgeconomie kunnen zulke aanvullende regels relevant zijn voor het beschermen van ondernemers.

## Bescherming van consumenten

Naast ondernemers zijn ook consumenten afhankelijk van platformen. Vrijwel alle Nederlanders van achttien jaar of ouder die in de afgelopen drie maanden online aankopen deden (namelijk 99%), hebben ervaring met het kopen via onlineplatformen. Van deze groep doet circa 76% regelmatig aankopen via onlineplatformen.<sup>23</sup> Er

---

<https://www.rijksoverheid.nl/documenten/vergaderstukken/2019/05/20/bijlage-1-discussienotitie-toekomstbestendig-mededingsbeleid-in-relatie-tot-online-platformen> en een gezamenlijk document van de Franse, Belgische en Nederlandse overheid uit oktober 2020 over mogelijk ingrijpen tegen gedrag van poortwachtersplatformen op <https://www.government.nl/documents/publications/2020/10/15/considerations-of-france-and-the-netherlands-regarding-intervention-on-platforms-with-a-gatekeeper-position>.

<sup>18</sup> Haan en Schinkel (2020) wijzen er net als Frenken e.a (2015) en Nobelprijswinnaar economie Jean Tirole op dat algemene regels voor marktmacht en regulering niet zinnig zijn: 'The best regulation or competition policy should therefore be carefully adapted to every industry's specific conditions.'

<sup>19</sup> Kerkemeros en Overvest (2020) in het KVS preadvies over Mededingsbeleid.

<sup>20</sup> Zie de criteria in artikel 3 waarbij gekeken wordt naar of het platform voor elk van de laatste drie boekjaren een jaaronzet van 6,5 miljard euro of meer heeft behaald en meer dan 45 miljoen in de EU gevestigde maandelijks actieve eindgebruikers en meer dan 10.000 in de EU gevestigde jaarlijkse actieve ondernemers heeft.

<sup>21</sup> 10<sup>de</sup> amendement van de Duitse mededingingswet (*Gesetz gegen Wettbewerbsbeschränkungen*).

<sup>22</sup> Wet van 4 april 2019 houdende wijziging van het Wetboek van Economisch Recht met betrekking tot misbruiken van economische afhankelijkheid, onrechtmatige bedingen en oneerlijke marktpraktijken tussen ondernemingen, Belgisch Staatsblad, 24 May 2019, beschikbaar via [https://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/20190404\\_loi\\_wet.pdf](https://www.bma-abc.be/sites/default/files/content/download/files/20190404_loi_wet.pdf).

<sup>23</sup> Multiscope en Hogeschool van Amsterdam (2021).

zijn ruim 250 onlineplatformen waar Nederlandse consumenten gebruik van maken: 45% van deze platformen opereert alleen in Nederland en 55% is ook in andere landen actief. Ook de belangen van consumenten worden al door regelgeving gewaarborgd, maar ook hier doen zich nieuwe zorgen voor over praktijken van platformen. De gemeente Amsterdam heeft als reactie op klachten over Airbnb het recht op verhuur tot zestig dagen en vier personen beperkt en wil om beter te kunnen handhaven ook de beschikking krijgen over alle relevante data van Airbnb.

Voor goede informatievoorziening aan consumenten over de partijen met wie ze transacties sluiten via een platform is ook in de bezorgeconomie de handhaving van transparantie-eisen in consumentenwetgeving van belang. Ook zijn er zorgen over onlinemisleiding en het sturen van gedrag door middel van data-analytics. Over de mate waarin deze praktijken de consumentenwetgeving kunnen overtreden heeft de ACM in februari 2020 een leidraad gepubliceerd.<sup>24</sup> Het mededingingsrecht kan daarnaast een rol spelen bij het beschermen van consumenten tegen uitbuiting door platformen die over een economische machtspositie beschikken. Het bekendste voorbeeld is de zaak van het Duitse Bundeskartellamt tegen Facebook waarbij de voorwaarden die het bedrijf zijn gebruikers oplegde met het oog op het verzamelen en combineren van persoonsgegevens werden gezien als een overtreding van het verbod op machtsmisbruik.<sup>25</sup> Daarnaast legt de Algemene Verordening Gegevensbescherming beperkingen op aan het verwerken van persoonsgegevens. Bijzondere aandacht verdient het nieuwe recht op dataportabiliteit uit artikel 20, dat consumenten toestaat hun persoonsgegevens naar een nieuwe aanbieder over te brengen. Dit recht vormt een belangrijk middel voor consumenten om meer controle te krijgen over hun persoonsgegevens en kan tegelijkertijd bijdragen aan meer concurrentie en innovatie in datagedreven markten, waaronder die in de bezorgeconomie. Echter, het recht op dataportabiliteit wordt in de praktijk nog nauwelijks gebruikt en zou meer gepromoot kunnen worden door consumentenorganisaties en toezichthouders om de potentie ten volle te benutten.<sup>26</sup>

Wat betreft het aanverwante onderwerp van aansprakelijkheid voor de verspreiding van content vinden sommige wetenschappers dat platformen eigenlijk als uitgevers dienen te worden gezien en niet als een onafhankelijk doorgeefluik. Dit komt voort uit de in 1996 in de VS ingevoerde Communication Service Act waarbij over platformen staat: "No provider or user of an interactive computer service shall be treated as publisher or speaker of any information provided by another information content provider."<sup>27</sup> Andere suggesties zijn het opknippen van sociale-mediabedrijven, toezicht op algoritmes zodat niet langer sensationele content centraal staat, het instellen van een waakhond zoals in de Digital Services Act wordt geprobeerd, de bouw van publieke sociale domeinen en het bevorderen van digitaal burgerschap.

### **Conclusie en beleidsaanbevelingen**

Het gros van de ondernemers is (zeer) positief over de omzetgroei die ze via onlineplatformen weten te realiseren, wel vindt 58% van de ondernemers dat onlineplatformen te veel macht hebben. De bestaande regelgeving biedt aanknopingspunten voor een betere bescherming van ondernemers en consumenten in de bezorgeconomie, maar niet alle mogelijkheden daartoe lijken al te worden benut. Buiten de Europese wetgeving staat het lidstaten vrij aanvullende maatregelen te nemen om problemen op nationaal niveau weg te nemen. Verwezen kan worden naar Duitsland dat in januari 2021 een amendement op de mededingingswet heeft aangenomen en naar de regimes over misbruik van economische afhankelijkheid die in verschillende lidstaten bestaan. Ook is effectieve handhaving van het nieuwe recht op dataportabiliteit uit de Algemene Verordening Gegevensbescherming van belang als middel om concurrentie en innovatie in datagedreven markten, waaronder die in de bezorgeconomie, te bevorderen. Aanvullende maatregelen en betere afstemming tussen handhavingsinstrumenten kunnen toezichthouders helpen om proactiever op te treden en te komen tot een eerlijke bezorgeconomie.

---

<sup>24</sup> ACM, Leidraad Bescherming van de online consument: Grenzen aan online beïnvloeding, 11 februari 2020, beschikbaar via <https://www.acm.nl/sites/default/files/documents/2020-02/acm-leidraad-bescherming-online-consument.pdf>.

<sup>25</sup> Beslissing Bundeskartellamt, zaak B6-22/16, *Facebook*, 6 februari 2019. Deze beslissing is in kort geding door het Bundesgerichtshof bevestigd. Zie Bundesgerichtshof, zaak KVR 69/19, *Facebook*, 23 juni 2020.

<sup>26</sup> Zie ook Graef, Husovec & Purtova (2018).

<sup>27</sup> Stikker en Van der Waal (2021).

## Bronnen

Frenken, K., Meelen, T., Arets, M. & Van de Glind, P. (2015) Wat is nu eigenlijk deeleconomie? Me Judice, 27 maart 2015.

Graef, I., Husovec, M. & Purtova, N. (2018) Data portability and data control: Lessons for an emerging concept in EU law, German Law Journal, p. 1359-1398.

Haan, M. & Schinkel, M.P. (2020) Concurrentiegetijden in de polder. In: Mededingingsbeleid, KVS samen met ESB, redactie Marco de Haan en Maarten Pieter Schinkel.

Kerkemeros Y. & Overvest, B. (2020) Toezicht op machtsmisbruik door platformbedrijven moet sneller en beter. In: Mededingingsbeleid, KVS samen met ESB, redactie Marco de Haan & Maarten Pieter Schinkel.

Multiscope en Hogeschool van Amsterdam (2021) Marketplace Monitor 2021. Den Bosch: Multiscope en Hogeschool van Amsterdam.

ShoppingTomorrow (2019) Online Marketplaces Report 2019. Ede: ShoppingTomorrow. Beschikbaar via: <https://public.tableau.com/profile/cmihva#!/vizhome/ShoppingTomorrow-Online-Marketplaces-Report-2019/Online-Marketplaces-in-the-Netherlands-Experiences-of-Retailers-and-Hotels>.

Stikker, M. & Van der Waal, S. (2021) De democratie staat op het spel en men maakt passen op de plaats. NRC Handelsblad 16 januari 2021.

---

*Disclaimer: De Jonge Akademie, KNAW, NFU, NWO, TNO en VSNU bemiddelen tussen parlementaire kennisvraag en wetenschappelijk kennisaanbod. De informatie in het kader van Parlement en Wetenschap is afkomstig van vooraanstaande wetenschappers, maar niet onderworpen aan peer review en niet door de wetenschapsorganisaties geverifieerd.*



Tweede Kamer  
DER STATEN-GENERAAL

