

### **Vraag 1 van 11**

In hoeverre bent u van mening dat de principes van het mededingingsrecht voldoende flexibel zijn om ook met nieuwe uitdagingen door digitalisering om te kunnen gaan?

Zie de uitgangspunten van de mededingingswet toegespitst in hoofdstuk 4, 4a en 7 welke verder worden beantwoord onderstaand. Het mededingingsrecht toegespitst op de kleine ondernemer met 1-5 werknemers komt onderstaand meer specifiek aan bod.

In antwoord op de vraag; Deze principes zijn achterhaald en niet actueel toepasbaar. Daarmee dus onvoldoende flexibel. Bovendien biedt de digitalisering voor het kleine MKB geen uitdagingen maar enkel beperkingen. Daarop wordt bij de volgende vragen verder ingegaan.

Onderstaand de punten i en n uit artikel 1 van de Mededingingswet en doelend op begripsbepaling. Artikel i is van belang om aan te tonen dat er machtsposities zijn. Denk daarbij aan de honderd grootste internationaal opererende platforms en het daarbij behorende aanbod. Punt n komt aan de orde bij vraag 11, waarbij het de vraag is wat nu eigenlijk precies de collectieve belangen behartigen van consumenten betekent.

**i**; economische machtspositie: positie van een of meer ondernemingen die hen in staat stelt de instandhouding van een daadwerkelijke mededinging op de Nederlandse markt of een deel daarvan te verhinderen door hun de mogelijkheid te geven zich in belangrijke mate onafhankelijk van hun concurrenten, hun leveranciers, hun afnemers of de eindgebruikers te gedragen;

**n**; consumentenorganisaties: stichtingen of verenigingen met volledige rechtsbevoegdheid die krachtens hun statuten tot taak hebben het behartigen van de collectieve belangen van consumenten.

### **Vraag 2 van 11**

Zijn er nieuwe uitdagingen voor het mededingingstoezicht die hier niet aan bod zijn gekomen?

Ja die staan verder uitgewerkt

### **Vraag 3 van 11**

Wat hebben mededingingstoezichthouders nodig om ook online te kunnen handhaven?

Er dient nieuwe wet- en regelgeving ontwikkeld te worden met daaruit voortvloeiende voorwaarden die handhaving kunnen bewerkstelligen, daarmee ook doelend op de faciliteiten die ter controle daaruit voortvloeien en ter uitvoering daarvan.

#### **Vraag 4 van 11**

In hoeverre is het aannemelijk dat door de dynamiek van online platformmarkten duurzame machtsposities (zijn) ontstaan?

Allereerst de opmerking dat het woord duurzaam, ( als gevolg van de manier waarop het huidige gebruik van de woorden duurzaam en duurzaamheid worden gebruikt ), een veel te positieve gedachtegang in zich draagt. Duurzame machtsposities lijken derhalve een positieve "ontwikkeling" in zich te dragen, terwijl het woord duurzaam hier niets anders betekent dan " een toekomstig langdurig bestaande negatieve machtspositie ".

Het woord " verstrengeld " dient daar in de toekomst nog aan toegevoegd te worden als gevolg van de opkomende artificial intelligence. Denk daarbij aan de grote Internationale platforms die met verkregen data en dataportabiliteit zullen gaan samenwerken.

Aanvullend op de vraagstelling; Die verkregen langdurige machtsposities zijn er al en ze worden alleen maar sterker. Indien er niet gereguleerd wordt, zullen die machtsposities enorme consequenties gaan hebben voor de bestaande economieën en de daartoe behorende verdienmodellen voor ondernemers en ook voor de inkomstenstromen voor de schatkisten van de diverse regeringen en de werkgelegenheid in de lidstaten van de E Unie.

Het proces van data verzameling is ( middels al dan niet correct verkregen data ) al in volle gang, maar zal door artificial intelligence ( zelfleren van computers ) in een heel snel tempo en daarmee in versterkte mate, ingezet worden om meer, of nog sterkere machtsposities te verwerven. Het feit dat daar geen zicht op is vooralsnog, betekent dat er met visie een wet ter voorkoming daarvan moet worden opgesteld. Die wet zal qua inhoud gericht moeten zijn op het verbod van het inzetten van data die verkregen worden via, via, ( dus een zoekopdracht mag op geen enkele wijze doorgelinkt worden naar andere bedrijven en/ of productgroepen, anders dan de zoekopdracht), en daarmee dus zonder toestemming van de consument of gebruiker. Ook niet als er een bericht ( middels de huidige cookies ) verschijnt of dat van de consument ( de zoeker ), wel mag. De wet welke onlangs van kracht is gegaan, ter bescherming van privacy en het verkrijgen van data waarvoor geen toestemming wordt gegeven die te gebruiken, heeft een averechts effect.

Juist wat we wilden voorkomen, ( namelijk dat data op alle fronten verzameld, gelinkt, en ingezet konden worden ), zorgt er nu voor middels het aanklikken voor het akkoord op cookies, dat de zoeker, gebruiker, consument daar wel toestemming voor geeft, wat het verzamelen van data legitimeert en daarmee versterkt. Dat dient dus zeker verandert te worden en is essentieel om een halt toe te roepen aan de monopolievorming en de daartoe behorende en te verkrijgen machtspositie van bedrijven.

### **Vraag 5 van 11**

Wat is de rol van de overheid wanneer niet zeker is of er daadwerkelijk sprake is van duurzame machtsposities?

De overheid zal moeten zorgen voor goed functionerende voorwaarden voortvloeiend uit eerlijke en goed functionerende wet- en regelgeving. De manier van toetsing zal ook beschreven moeten worden, zodat duidelijk is, wanneer hier sprake van zou ( kunnen ) zijn. De overheid zal een visie moeten ontwikkelen voor direct en de middellange termijn.

Moeten concurrentiebevorderende maatregelen worden getroffen of is een andere aanpak verstandiger?

Concurrentiebevorderend betekent in dit geval dat bedrijven die machtsposities innemen, bestreden moeten worden met concurrentiebevorderende maatregelen. Maatregelen dus die andere bedrijven gaan bevoordelen. Dat lijkt mij in strijd met een eerlijk verlopend concurrentie principe, waarbij dan namelijk die bedrijven met machtsposities bestreden worden met diezelfde maatregelen.

Maatregelen die wel resulteren, zou het verlagen van de BTW en belastingen zijn voor nationale bedrijven, het afschaffen van transitievergoedingen, een beter en eerlijker personeelsbeleid, een vangnet voor MKB-ers die het niet redden, een lagere rentevoet voor leningen ( nieuwe bank / instelling vanuit de staat, die niet vanuit de euribor zoals nu het geval is, meer dan 1000% rente aanrekenen en dat als risico betiteld terwijl er altijd en onderpand voorhanden moet zijn ), en allerlei andere maatregelen ter ondersteuning van het bestaande MKB. Daarnaast zouden die internationale platform ook moeten voldoen aan bestaande wetgeving daarbij verwijzend naar artikel 25 a en 25 b waarin wordt aangegeven dat er geen voordelen gegeven mogen worden aan die bedrijven. Daar zou ook een instantie voor opgericht moeten worden die dat effectief gaat opvolgen of dat ook gebeurt.

### **Vraag 6 van 11**

Welke marktvoorwaarde(n) zijn voldoende signaal dat het nodig is om in te grijpen met ex ante maatregelen?

In dit geval dient er met visie en dus ex ante gereguleerd te worden. Die visie uit voorzorg kan alleen maar verkregen worden door goed te luisteren naar de MKB-er en goed te kijken naar wat er in de markt gebeurt.

Het bestaande MKB en dan met name de kleine detailhandel zit in de hoek waar de klappen vallen en dat is dan ook zo verontrustend gezien het aandeel dat deze detailhandel heeft voor bijdrage aan de schatkist en de werkgelegenheid. Een nieuwe marktvoorwaarde ( en dat is meteen ook veruit de belangrijkste ), is het voldoende zichtbaar kunnen worden op het digitale scherm. Het probleem is dat het allemaal draait om het zichtbaar worden op het scherm van het medium ( waaruit door aanklikken data worden verkregen ) Het niet zichtbaar kunnen worden voor de kleinere bedrijven, voortvloeiend uit de manier waarop het huidige systeem functioneert, geeft dus geen mogelijkheid voor de kleinere MKB -er diezelfde data te verwerven en daarmee ook een betere positie te verwerven die er ook toe doet en waarmee hij zichtbaar wordt. De enige manier om zichtbaar te worden is je aansluiten bij zo'n " grote speler ", die dan daar ook weer een verdienmodel uit haalt, wat uiteindelijk de kleine ondernemer nog meer ondermijnt en indirect ook er voor zorgt dat de branche meer en meer verdwijnt.

### **Vraag 7 van 11**

In hoeverre is het opleggen van een verplichting tot het delen van (bepaalde) data aan dominante platforms een kansrijke manier om concurrentie op online markten aan te jagen?

Dat is zeker een mogelijkheid, maar ik twijfel zeer, of dit wel te verpakken zal zijn in wet- en regelgeving en of dit dan niet in botsing zal komen met wat de gebruiker van het internet wil. Wet op privacy bijvoorbeeld. Ook het opleggen als verplichting verandert niets aan de positie en zichtbaar kunnen worden en dat is zoals al eerder aangegeven het enige waar het om draait. Het gebruik mogen maken van data, die indirect, onjuist, of via- via opgevraagd of verkregen zijn, is het probleem. De oplossing zal dus niet te vinden zijn in het verplicht stellen van het delen van data. Dat zou juist rigoreus verboden moeten worden. Zie ook antwoord op vraag 4 alinea 4.

### **Vraag 8 van 11**

Kan een recht op dataportabiliteit van ratings en reviews voor zakelijke gebruikers de concurrentie op online markten bevorderen?

Ook dat is een mogelijkheid alleen geloof ik ook hier niet, dat dit substantieel het uiteindelijke doel, ( namelijk het beteugelen en inperken van het verkrijgen van machtsposities), voldoende en afdoende zal weten te bestrijden. Helaas zal uitsluitend regulering en niet "bevordering "tot enig resultaat gaan leiden. Regulering is vloeken in de kerk, maar de opties zijn helaas zeer beperkt.

### **Vraag 9 van 11**

Wanneer en voor welke diensten is het verplichten van vergaande interoperabiliteit wenselijk om overstapkosten van gebruikers te doen afnemen?

Juist door de toenemende mogelijkheden ( ook weer door zelflerende computers en daarmee verbonden systemen) , zullen de grote Internationale platforms deze interoperabiliteit weten te kunnen bewerkstelligen. De kleine ondernemer kan dit zelf nooit succesvol opzetten en zelfs nationale spelers zullen moeilijk die concurrentie aan kunnen gaan, gezien de bedragen die daar mee gemoeid zijn in de komende jaren. Het " connecten "van apparaten wat de interoperabiliteit versterkt enkel met het doel data te verzamelen en data filteren zou mijns inziens dan ook zeker op het gebied van verkoop / aankoop van diensten of producten verboden moeten worden. Niet in wetgeving verpakken dat er eerst aan de consument toestemming gevraagd moet worden, maar gewoon verbieden.

### **Vraag 10 van 11**

Welke andere beleidsopties zijn kansrijk om online markten competitief te houden?

Het probleem zoals al eerder aangegeven betreft het tweedimensionale karakter en de zichtbaarheid daaruit voortvloeiend. Er kan dus geen goede competitie tussen bedrijven ontstaan vanwege dat tweedimensionale fenomeen waar we nu eenmaal mee zitten.

The prime position aanbieders ( die vaker en vaker dezelfde bedrijven betreffen ), zijn bepalend. Alle " anderen ", hebben het nakijken. We willen zo graag alles aan de markt overlaten, maar dat kan niet meer.

Er moet gereguleerd worden om instandhouding van een deel van de detailhandel te waarborgen.

Data moeten delen is zoals aangegeven volgens ondergetekende een niet te verplichten mogelijkheid, echter het voorkomen dat data op een oneerlijke manier ingezet worden, en het niet via, via, door mogen spelen van data, daar ligt zeker een deel van de oplossing. Dat betreft niet meer dan sowieso al hoognodige aanpassingen in de wet – en regelgeving en staan een eerlijke concurrentie niet in de weg.

Daarnaast zullen het de voorwaarden zelf moeten worden die regulerend gaan werken, die er aan de aankoop via internet komen te hangen. Ook dat is sowieso hoognodig.

Goederen aan kunnen kopen die niet voldoen aan de gestelde voorwaarden moeten per direct en voor altijd van het internet verbannen worden.

Wetgeving die geldt voor het bestaande Nationale MKB ( voor zover het producten betreft ), dienen ook één op één te gelden voor internationale bedrijven. Denk aan verpakkingsmaterialen, veiligheidseisen, transportvereisten, productvereisten en veel meer.

Internationale platformbedrijven dienen in het land van verkoop geregistreerd te staan als onderneming en dienen verplicht te zijn zich te vestigen in het land van verkoop. Daar dient ook de verschuldigde BTW en belasting afgedragen te worden.

En tot slot het principe dat de vervuiler gaat betalen voor te leveren diensten waarbij transport is betrokken. Dat betreft dan de consument en die dient een substantiële transport fee te gaan betalen die een tijdscomponent gewichtscomponent en waardecomponent in houdt.

### **Vraag 11 van 11**

Wat is, gezien het grensoverschrijdende karakter van het internet, het beste handelingsniveau om met uitdagingen omtrent platforms en mededinging om te gaan (nationaal, Europees, internationaal) en waarom?

De uitdagingen zijn er zoals aangegeven in de voorgaande antwoorden niet voor het MKB en zeker niet voor de detailhandel met 1-5 werknemers. Internet brengt hen grotendeels ellende en er blijft geen enkele uitdaging over, simpelweg omdat die er niet is.

Vervolg vraag 11 van 11

Het handelen zal er dan ook op gericht moeten zijn ( indien ook U waarde toedicht aan een goed en gezond functionerend MKB ), om voorwaarden te creëren waarin eerlijke concurrentie en mogelijkheden voor de MKB er blijven bestaan en er een afdoende verdienmodel overeind blijft.

De uitdaging voor alle lidstaten uit de Unie zal zijn om ervoor te zorgen dat de kloof tussen rijk en arm niet gaat toenemen wat veel onvrede gaat geven. Een andere uitdaging is ervoor te blijven zorgen dat het MKB niet buitenspel wordt gezet, en alle aandacht naar digitalisering blijft gaan. Niet een populair gegeven om dat uit te dragen, maar wel een essentieel onderwerp. Een andere uitdaging ligt er beschoren voor de bestaande consumentenorganisaties. Die zullen er op moeten gaan wijzen dat aankopen op internationale platforms ook indirect het eigen inkomen gaat benadelen, want uiteindelijk worden de salarissen van ambtenaren ( allemaal consumenten ) en de budgetten voor zorg, sociale voorzieningen, defensie, onderwijs en zo verder en zo verder, grotendeels betaald uit de inkomsten welke de schatkist verkrijgt vanuit het MKB. Als de inkomsten teruglopen, dan zullen zij ( al die consumenten), dus ook allemaal in moeten leveren. Dat is een gegeven en niet "zomaar " iets!

De uitdagingen zijn er dus wel, maar niet voor de MKB-er versus het platform en de mededinging daartussen, maar voor alle lidstaten van Europa om ervoor te zorgen dat onze welvaart blijft bestaan.

Eric van Rosmalen

Interfashion Enrico R / interfashion@enricor.nl