

Beste lezer,

Dank voor het lezen van dit bericht. Het invoeren van deze wetgeving gaat naar mijn verwachting leiden tot:

- verschuiving van de contactdruk van kanaal telemarketing naar andere kanalen, zoals straatwerving, door2door, online marketing etc.

- enorme impact op de werkgelegenheid in een branche met oa. kwetsbare groepen en daarmee verlies van een fors aantal banen (zo ook bij opdrachtgevers aan deze branche)

- impact op economisch belang: beperktere marktwerking, zware impact op consumentenprijzen (kanaal wordt duurder en de consument gaat dat helaas betalen).

De telemarketingbranche is zwaar gereguleerd met prima regels in een industrie waarin de meeste partijen kwaliteit en consumentenirritatie zeer serieus nemen. Het echte probleem zit in onvoldoende handhaving en een aantal rotte appels. Oplossing: zwaarder inzetten op handhaving.

Verder wil ik graag uitlichten:

- Ondanks dat mensen in onderzoek aangeven telemarketing irritant te vinden (dat vindt de gemiddelde NL'er ook: openstaande bruggen, belasting betalen en rode stoplichten) is het nog steeds een van de best responderende kanalen van de marketingmix. Ik vraag me af of de consument bereid is om voor alle producten waaronder abonnementen méér te gaan betalen in ruil voor deze wetgeving. Ik vind dat dit effect beter belicht moet worden zodat een consument ook op de hoogte gesteld wordt van de consequenties van doorvoeren van dergelijke wetgeving.

- Voor veel opdrachtgevers is het kanaal van groot belang, deze economische belangen lijken me zwaarwegend.

- DDMA heeft gesproken met professionals uit deze branche die kwaliteit hoog in het vaandel hebben staan. Uit oa deze gesprekken is een voorstel gekomen als compromis vanuit de markt. Ik vind dat de DDMA en stakeholders opnieuw geconsulteerd kunnen worden.

- Met name niet werkbaar / heftige gevolgen door: telemarketing gelijk stellen aan email (optin uitvragen bij verzamelen contactgegevens) + klantrelatie in dit tekstvoorstel begint te lopen bij het ontvangen van de contactgegevens, oftewel vanaf het begin van het afnemen van een product/dienst/abonnement. In de gesprekken die zijn hebben gevoerd met EZK is steeds gesproken over een termijn voor de ex-klantrelatie. Als ik me niet vergis is dit zelfs na een eerdere incorrecte berichtgeving expliciet bevestigd en berichtgeving gerectificeerd. Als dit wetsvoorstel doorgaat, betekent het dat wanneer een bedrijf een contract afsluit van vijf jaar, en de klanttermijn wordt gesteld op bijvoorbeeld drie jaar, het bedrijf de laatste twee jaar niet meer commercieel gebeld mag worden, terwijl hij nog wel actief afnemer/klant is. Dat kan niet de bedoeling zijn.

Ik hoop dat de minister en EZK dit wetsvoorstel nogmaals onder de loep willen nemen en bovenstaande argumenten meenemen in besluitvorming.

Met vriendelijke groeten,
Emy Piers