

Geachte mevrouw Keijzer,

Laat ik beginnen dat ik maatregelen om irritatie te verminderen in onze telemarketing branche toejuich. Te lang is de markt overspoeld door partijen die compliance niet serieus nemen en bestaande regels negeren. De maatregelen om de transparantie te vergroten zijn dan ook welkom. Hierdoor wordt duidelijk welke partijen de overlast veroorzaken.

Echter het effect van bestaande of aan te passen wetgeving is pas merkbaar, als iedereen deze naleeft. Helaas schiet de ACM (en voorheen de OPTA) hierin tekort. Bij de introductie van het Bel-me-niet register zijn er een aantal boetes uitgedeeld. Daarna is het rustig geworden op dit onderwerp. Daarnaast handhaaft de ACM vooral op basis van aantallen. Aangezien veel kleine (tussen)partijen grote irritatie veroorzaken, vallen deze partijen buiten het zicht van de ACM en kan deze irritatie al jarenlang doorgaan.

Hierdoor ontstaat er geen eerlijk speelveld en worden cowboy partijen over 1 kam geschoren met partijen die compliance en de duurzaamheid van het kanaal telemarketing wel serieus nemen. Als ik voor mijn organisatie kijk, zijn zaken als klanttevredenheid onderhand belangrijker geworden dan conversie of sales.

In uw concept wetsvoorstel wilt u een aantal zaken aanpassen tov de huidige wetgeving. Graag wil ik uw aandacht vragen voor de volgende twee punten:

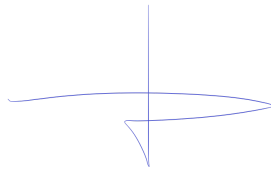
1. Uw voorstel voorziet erin dat vooraf tijdens het verzamelen van de gegevens een opt-in moet worden verstrekt. Als ik naar onze business kijk, ervaren bestaande klanten onze telefoontjes niet als storend. Het wordt als logisch ervaren dat je je bestaande klant benadert voor dezelfde dienst of hetzelfde product. Daarnaast bieden wij reeds in ieder gesprek het recht van verzet aan. De toevoeging dat dit bij het verzamelen van de gegevens al gebeurd had moeten zijn, is tussentijds de spelregels veranderen. Anders gezegd er is ons nooit de kans geboden om te voldoen aan de wetgeving. Mijn voorstel is dan ook om bestaande klanten uit te zonderen van de opt-in.
2. In het voorstel stelt u dat de duur van het kunnen benaderen van een bestaande of oud-klant start bij de aanvang van de klantrelatie. Dat impliceert dat gedurende de klantrelatie, de klant niet meer benaderd kan worden, ondanks de initiële opt-in. Dat creëert een gekke en onbedoelde situatie. Ik zou daarom willen voorstellen om deze duur in te laten gaan na afloop van de klantrelatie.

Het invoeren van de wetgeving zonder de voorgestelde aanpassingen en vooral zonder intensivering van de handhaving door de ACM, heeft als gevolg dat de werkgelegenheid bij partijen die wel serieus omgaan met wetgeving ernstig onder druk komt te staan.

In mijn bedrijf 2Contact werken ongeveer 1000 mensen. Zeker 50% van onze mensen heeft een zekere afstand tot de arbeidsmarkt. Dat kan komen door leeftijd, opleiding of achtergrond. Als de voorgestelde wetgeving daadwerkelijk 1 op 1 wordt doorgevoerd zal 40% van hen zonder werk komen te zitten. Terwijl mijn bedrijf niet de grote veroorzaker is van de irritatie in de markt. De nieuwe wetgeving en met name de handhaving daarvan, zal daarom vooral gericht moeten worden op de partijen die daar wel voor zorgen.

Samengevat is de maatregel in uw voorstel die zorgt voor extra transparantie de juiste. Als dit gepaard gaat met een versterkt toezicht kan en zal de irritatie verminderen. De voorgestelde wetgeving in haar huidige vorm doorvoeren en de handhaving laten zoals het is, zal niet voor een daling in de irritatie zorgen, maar zorgt wel voor een daling van 40% van de werkgelegenheid onder een kwetsbare doelgroep.

Met vriendelijke groet,

A handwritten signature in blue ink, consisting of a vertical line and a horizontal line that curves into a stylized arrow shape pointing to the right.

Matthijs Bakker
Operationeel Directeur
2Contact