

Bijdrage MOA, Expertise Center voor Marketing Insights, Onderzoek en Analytics

Internetconsultatie Ministerie van EZK: Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met het invoeren van een opt-in systeem voor het overbrengen van communicatie voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden aan natuurlijke personen.

Upload via <https://www.internetconsultatie.nl/telemarketingbeleid/reageren>

Amsterdam, 13 juli 2019

De MOA, Expertise Center voor Marketing Insights, Onderzoek en Analytics, verder MOA, heeft kennis genomen van de internetconsultatie: Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met het invoeren van een opt-in systeem voor het overbrengen van communicatie voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden aan natuurlijke personen.

De MOA is de brancheorganisatie van bedrijven die markt- en verkiezingsonderzoek uitvoeren. Contact voor markt- en verkiezingsonderzoek per telefoon is nooit gericht op, gekoppeld of gecombineerd met het aanbieden of verkopen van goederen of diensten of het maken van reclame daarvoor.

De huidige regeling in de Telecommunicatiewet is alleen van toepassing op ongevraagde oproepen (telemarketing) voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden. Bij markt- en verkiezingsonderzoek is er geen sprake van commerciële, ideële of charitatieve doeleinden.

Uit de wetsgeschiedenis volgt dat “een redelijke interpretatie van de term <<commerciële ideële en charitatieve>> tot de slotsom kan leiden dat markt- en verkiezingsonderzoek, mits dit niet gecombineerd wordt met het aanbieden van goederen of diensten, of het maken van reclame daarvoor, niet vallen aan te merken als oproepen van commerciële, ideële of charitatieve aard voor zover dit onderzoek niet wordt gekoppeld of gecombineerd met het aanbieden van goederen of diensten.(...) De regering meent dat het geen aanbeveling verdient dit expliciet in de wettekst vast te leggen. Zou dit gebeuren, dan ontstaat pas werkelijk het gevaar van een onjuiste implementatie. De bijzondere privacyrichtlijn kent immers geen expliciete uitzonderingsmogelijkheid voor markt- en verkiezingsonderzoek”. De wetgever merkt dan ook op dat het uiteraard aan de rechter is om over de invulling van de term commerciële, ideële en charitatieve een eindoordeel te geven (NMvA, kamerstukken I 1997/98, 25 533, nr. 309d).

De leden van de MOA hanteren strikte regels van zelfregulering, zoals het Onderzoekfilter (www.onderzoekfilter.nl) In dit ‘filter’ worden telefoonnummers vastgelegd van betrokkenen die niet willen worden benaderd voor vooraf onaangekondigd onderzoek per telefoon. MOA leden zijn verplicht om hun onderzoek bestanden voor onaangekondigd onderzoek te schonen met het onderzoekfilter.

Ter voorkoming van misverstanden en onduidelijkheden bij opdrachtgevers pleit de MOA er voor om in de toelichting op wetswijziging expliciet op te nemen dat buiten de reikwijdte van deze wetswijziging markt- en verkiezingsonderzoek per telefoon valt mits dit niet gecombineerd wordt met het aanbieden van goederen of diensten, of het maken van reclame daarvoor.

De MOA is verder beschikbaar voor nadere toelichting of overleg.

Met vriendelijke groet,

W. van Slooten

Directeur MOA

