

## Inbreng consultatie wijziging van de Telecommunicatiewet i.v.m. de invoering van een opt-in-systeem voor telemarketing

De KSF streeft als branchevereniging voor klantcontact naar kwaliteit in klantcontact en zo weinig mogelijk consumentenirritatie.

De KSF heeft prettige gesprekken gevoerd met EZK waarin de belangen van consumenten en van het bedrijfsleven aan bod zijn gekomen. Het liefst hadden wij de consumentenirritatie willen oplossen met de bestaande wet- en regelgeving en met zelfregulering toegespitst op telemarketing. Het ministerie heeft ervoor gekozen met nieuwe wetgeving te komen en heeft een consultatie geopend. Wij brengen graag de volgende twee wijzigingen voor het wetsvoorstel in:

1. Naast de nog te bepalen termijn van een klantrelatie is het belangrijk vanaf welk moment die ingaat. In alle eerdere gesprekken met EZK is steeds besproken dat de termijn van de klantrelatie begint op het *moment dat het contract c.q. abonnement eindigt*. Zo staat dat ook verwoord in het rapport Kantar Public Telemarketing 2019 d.d. 8 april 2019, pagina 3: 'Wat vinden consumenten over de termijn waarop zij nog gebeld mogen worden na het beëindigen van een contract' en in de vraagstelling van het onderzoek: 'Hoe lang nadat u geen klant meer bent bij een <...> mogen ze u nog bellen met een productaanbod?'. In het huidige wetsvoorstel (artikel 11.7.9) wordt echter gesproken dat 'een termijn [kan] worden gesteld die aanvangt op het *moment van verzamelen* van de contactgegevens'.

Dat zou voor bedrijven betekenen op het moment dat zij gegevens verzamelen van een consument om bijvoorbeeld een contract voor 5 jaar af te sluiten, zij in een situatie kunnen komen dat twee jaar na het verzamelen van de gegevens de consument niet meer gebeld mag worden. Het bedrijf mag dus in de contractperiode zijn klant niet meer bellen, omdat de termijn van het mogen bellen verstreken is. Dat is onwenselijk en niet reëel.

We stellen voor de termijn van de klantrelatie in te laten gaan op het moment van beëindiging van het contract of de dienstverlening. Bedrijven kunnen dan hun klanten blijven benaderen en ex-klanten gedurende een beperkte periode bellen.

2. Handhaving: in de huidige Memorie van Toelichting (paragraaf 4.3) wordt beschreven dat de verzender moet aantonen dat (ondubbelzinnige) toestemming is verkregen. In tegenstelling tot het huidige beleid wordt nu voorgesteld dat de ACM niet meer hoeft te bewijzen dat er daadwerkelijk gebeld is. Dit betekent dat de ACM boetes kan opleggen indien de verzender op eerste verzoek geen (ondubbelzinnige) toestemming kan aantonen, zonder dat aangetoond wordt dat er daadwerkelijk gebeld is.

Graag zien we hier toegevoegd dat aangetoond moet worden dat er daadwerkelijk een gesprek heeft plaatsgevonden in het kader van telemarketing.