



Ministerie van Economische Zaken en Klimaat  
Mevrouw mr. drs. M.C.G. Keijzer  
Postbus 20401  
2500 EK 's-Gravenhage

Den Haag, 6 september 2019

Aantal bijlagen :  
Uw kenmerk : CE-MC / 19176848  
Ons kenmerk : ACM/UIT/517821  
Contactpersoon :  
Onderwerp : ACM/19/036142 Uitvoerings- en handhaafbaarheidstoets inzake wijziging  
Telecommunicatiewet

Geachte mevrouw Keijzer,

De Autoriteit Consument en Markt (hierna: ACM) heeft uw verzoek van 12 juli jl. ontvangen om op grond van artikel 6 van de Regeling gegevensuitwisseling ACM en ministers een uitvoerings- en handhaafbaarheidstoets (hierna: UHT) uit te brengen van de concept wijziging Telecommunicatiewet (hierna: Tw) in verband met de invoering van een *opt-in systeem* voor telemarketing. Graag wil ik u danken voor dit verzoek. In deze brief treft u de resultaten van de UHT aan.

#### Algemeen

De ACM verwelkomt de voorgenomen wijziging die een *opt-in systeem* voor telemarketing introduceert. Zoals in het verleden al meermaals is aangegeven, ontvangt de ACM nog steeds veel meldingen van consumenten over ongewenste telemarketing. Uit deze meldingen komt onder meer naar voren dat consumenten niet goed op de hoogte zijn van hun rechten als zij gebeld worden door telemarketeers. Ook is ongewenste telemarketing een grote ergernis voor consumenten, die met het *opt-in systeem* naar verwachting fors zal afnemen.

Het voorstel om de bewijslast om te keren en neer te leggen bij de verzender voor zowel het verkrijgen van toestemming van de consument als voor het bieden van het recht van verzet, maakt dat de ACM op een meer effectieve wijze dan nu het geval is toezicht kan uitoefenen en de consument beter kan beschermen. Ook levert de keuze voor een uniform systeem voor telemarketinggesprekken ongeacht of er sprake is van commerciële, ideële of charitatieve doeleinden, een belangrijke bijdrage aan effectief toezicht door de ACM. Daarnaast biedt uniformiteit duidelijkheid aan de consument, omdat er geen verwarring kan ontstaan door het hanteren van verschillende regimes.

Verder juicht de ACM toe dat gekozen wordt voor de bescherming van natuurlijke personen. Hiermee wordt voor telemarketing met betrekking tot de zelfstandige zonder personeel (hierna zzp'er) die een natuurlijk persoon is, aangesloten bij het signaal dat de ACM bij brief van 3 april jl. heeft uitgebracht. Daarin pleitte de ACM voor een betere bescherming van zzp'ers.

In het toetsen van de uitvoering en handhaafbaarheid van de voorgenomen wijzigingen ziet de ACM een aantal verbeterpunten die effectief toezicht zullen bevorderen, namelijk:

- de voorgenomen uitzonderingen op het opt-in systeem;
- de aan de klantrelatie te stellen termijn;
- het begrip 'gelijksoortig product of dienst';
- het verbod op anoniem bellen; en
- de wijze waarop toestemming kan worden gegeven.

Deze verbeterpunten zullen hieronder verder worden toegelicht. Daarnaast worden inhoudelijke suggesties gedaan voor het verduidelijken van de Memorie van Toelichting.

## **1. Reikwijdte van het wetsvoorstel**

### **1.1 Natuurlijke personen**

Het wetsvoorstel voorziet in een verbod op het gebruik van andere dan automatische oproep- en communicatiesystemen zonder menselijke tussenkomst voor het overbrengen van communicatie voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden aan natuurlijke personen wanneer daar voorafgaand geen toestemming voor is gegeven (het *opt-in systeem*). De ACM kan zich goed vinden in de keuze om niet langer uit te gaan van abonnees, maar om de groep uit te breiden naar *alle* natuurlijke personen. Door hiervoor te kiezen strekt de bescherming zich uit naar natuurlijke personen die gebruik maken van een telefoonabonnement dat niet op hun eigen naam staat, hetgeen ook in het kader van effectief toezicht een positieve ontwikkeling is.

Daar komt bovenop dat de bescherming zich ook uitstrekt tot een deel van de groep zzp'ers. Ook een eenmanszaak is namelijk aan te merken als natuurlijk persoon. De ACM heeft onder andere in haar signaal van 3 april jl. bij u onder de aandacht gebracht dat de afgelopen jaren met name ook zzp'ers kwetsbaar zijn voor agressieve telefonische verkooppraktijken en ongewenste contracten die daaruit voort kunnen komen. Zo komt het bijvoorbeeld voor dat zzp'ers op basis van hun Kamer van Koophandel-inschrijving worden benaderd voor een zakelijk energiecontract voor hun woonhuis. Aanbieders, en ook telemarketeers, kunnen misbruik maken van het feit dat zzp'ers niet dezelfde wettelijke bescherming genieten als consumenten. Bovendien kwalificeren zij overeenkomsten met zzp'ers soms onterecht als zakelijk.

De ACM pleit er in dat kader voor om expliciet in de Memorie van Toelichting op te nemen dat onder natuurlijke personen ook eenmanszaken vallen. Ook zij mogen daarmee niet zonder toestemming gebeld worden door telemarketeers.

### **1.2 Uitzondering artikel 11.7, derde lid, Tw**

Naast de toepasbaarheid van het wetsvoorstel voor alle natuurlijke personen, wordt er tegelijkertijd in het derde lid van het gewijzigde artikel 11.7 Tw een uitzondering gecreëerd voor rechtspersonen en natuurlijke personen die handelen in uitoefening van een beroep of bedrijf. Indien zij elektronische contactgegevens, waaronder een telefoonnummer, hebben die bestemd en bekend zijn gemaakt voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden, mogen zij op dat telefoonnummer voor die doeleinden nog wel worden gebeld. Ook mogen zij nog worden gebeld als zij zijn gevestigd buiten de EER en wordt voldaan aan de in het land van vestiging geldende voorschriften op dit gebied.

De ACM voorziet knelpunten in de uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid van deze uitzondering voor telemarketing en wijst op het risico dat de problemen die natuurlijke personen, waaronder ook zzp'ers, ervaren met ongewenste telemarketing niet afdoende worden opgelost en derhalve de effectiviteit van het *opt-in systeem* wordt ondermijnd. Daarbij gaat het om het volgende.

In de toelichting op artikel 11.7, derde lid, Tw (pagina 13 van de Memorie van Toelichting) wordt aangegeven dat de ontvanger het nummer 'expliciet' moet hebben bestemd en bekendgemaakt voor telemarketingdoeleinden. Er wordt verder niet ingegaan wat er bedoeld wordt met 'expliciet'. Voor de uitvoering door verzenders is het van belang dat dit punt wordt verduidelijkt: wanneer heeft de ontvanger dit 'expliciet' aangegeven aan de verzender en hoe kan de verzender daar achter komen? Zo kan de ontvanger bijvoorbeeld duidelijk op zijn website vermelden dat een bepaald telefoonnummer voor telemarketingdoeleinden bestemd is.

In ieder geval kan het volgens de ACM niet de bedoeling zijn dat de natuurlijke personen, zoals eenmanszaken, die bijvoorbeeld vanuit hun woonhuis bepaalde werkzaamheden verrichten en gelet daarop hun telefoonnummer (dat voor zowel privé als zakelijke doeleinden wordt gebruikt) verplicht hebben moeten doorgeven aan de Kamer van Koophandel (hierna: KvK) alsnog ongevraagd worden gebeld door telemarketeers. Dat blijkt onder meer uit paragraaf 6.1 van de Memorie van Toelichting (*'de privacy van natuurlijke personen wordt beter beschermd doordat zij niet langer ongevraagd gebeld kunnen worden'*). De uitzondering lijkt deze ruimte echter wel te kunnen bieden, maar volgens de ACM is dit onwenselijk. Het gebruik van één telefoonnummer voor meerdere doeleinden leidt dan tot de situatie dat de natuurlijke persoon alsnog ongevraagd gebeld wordt omdat de uitzondering breed wordt uitgelegd. Ook is het voor een telemarketeer vrijwel niet te verifiëren of en in welke mate een telefoonnummer voor telemarketingdoeleinden is bestemd.

Overigens ziet de ACM mogelijkheden om de werkbaarheid van de uitzondering te vergroten en invulling te geven aan de term 'expliciet' door bijvoorbeeld het toevoegen van een optie bij de verplichte registratie van gegevens in het register van de KvK. Deze optie zou inhouden dat een natuurlijk persoon handelend in beroep of bedrijf via een opt-in vooraf kan aangeven dat het telefoonnummer bedoeld is voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden, zoals opgenomen in de uitzondering. De telemarketeer die van zo'n nummer gebruik maakt, weet dan zeker dat hij de wet op dit punt niet overtreedt.

In het licht van de uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid van deze uitzondering is het ook een mogelijkheid om deze uitzondering niet uit te breiden naar telemarketing, maar beperkt te houden tot ongevraagde communicatie zoals benoemd in het eerste lid van 11.7 Tw (conform het huidige lid 2 van artikel 11.7 Tw, het zogenoemde 'spam-verbod'). Zeker wanneer de toelichting beperkt blijft, zorgt dit voor onduidelijkheid voor zowel de verzender als de ontvanger, en daarmee eveneens voor uitdagingen in het toezicht. Bovendien kan er via het voorgestelde opt-in systeem te allen tijde toestemming worden verkregen, ongeacht of deze uitzondering wel of niet in de wet is opgenomen.

In ieder geval beveelt de ACM daarom aan om de uitzondering in de Memorie van Toelichting beter toe te lichten, zodat het duidelijk is in welke situaties toch ongevraagd gebeld mag worden. In ieder geval zou in de Memorie van Toelichting duidelijk gemaakt moeten worden dat het verplicht registreren van een telefoonnummer in het register van de KvK niet betekent dat telemarketeers, onder verwijzing naar deze uitzondering, deze contactgegevens mogen gebruiken.

## 2. Uitvoerbaarheid en handhaafbaarheid van het wetsvoorstel

### 2.1 De mogelijkheid om een termijn te stellen aan de klantrelatie

Het wetsvoorstel, meer specifiek artikel 11.7, vierde lid, Tw, voorziet in een uitzondering op het *opt-in systeem* wanneer er sprake is van een klantrelatie tussen verzender en ontvanger. In artikel 11.7, negende lid, Tw is vervolgens een wettelijke grondslag opgenomen dat bij AMvB een maximumtermijn **kan** worden gesteld waarbinnen de contactgegevens van een bestaande of voormalige klant mogen worden gebruikt voor telemarketing. Het is niet duidelijk wanneer een AMvB zal worden opgesteld.

In paragraaf 4.2 van de Memorie van Toelichting wordt aangegeven dat deze termijn in eerste instantie via zelfregulering wordt ingevuld. De ACM plaatst vraagtekens bij deze aanpak. Zelfregulering kost tijd en de ACM betwijfelt of deze zelfregulering gaat leiden tot een voldoende duidelijk kader voor alle spelers in deze sector op het moment dat dit wetsvoorstel in werking treedt. De ACM pleit daarom uit het oogpunt van bescherming van de consument en de handhaafbaarheid voor een duidelijke norm die vastgelegd is in wet- en regelgeving. De ACM heeft de voorkeur deze norm direct al bij inwerkingtreding van het wetsvoorstel vast te leggen in een AMvB, zeker wanneer zelfregulering niet zorgt voor een duidelijk kader dat de belangen van de ontvangers afdoende behartigt.

Verder staat in artikel 11.7, negende lid, Tw dat de termijn voor de klantrelatie aanvangt op het moment van verzamelen van de contactgegevens van de klant, te weten op het moment dat de klant de overeenkomst aangaat. Dit kan echter tot de situatie leiden dat de bedoelde termijn voor de klantrelatie reeds verstrijkt op het moment dat de overeenkomst met de klant nog steeds voortduurt. Dit betekent dat de telemarketeer in dergelijke gevallen de klant niet meer mag bellen met een aanbieding op het moment dat dit juist relevant kan zijn omdat de lopende overeenkomst eindigt. De ACM acht dit zowel vanuit het oogpunt van de verzender als vanuit het oogpunt van de natuurlijke persoon onlogisch. Zolang de overeenkomst nog loopt, en er dus sprake is van een klantrelatie, kan op elk moment het recht van verzet worden ingeroepen. Er is dus al de mogelijkheid om tijdens de overeenkomst aan te geven niet meer gebeld te willen worden, hetgeen gerespecteerd moet worden ook nadat de overeenkomst is beëindigd. De ACM pleit er dan ook voor om de termijn in te laten gaan op het moment van beëindiging van de overeenkomst.

Wat de lengte van deze termijn betreft, acht de ACM het wenselijk dat deze termijn zo kort mogelijk wordt gehouden. Uit het Rapport Kantar Public Telemarketing 2019<sup>1</sup>, waar in de Memorie van Toelichting naar verwezen wordt, blijkt dat de meerderheid van de respondenten ook als voormalige klant in het geheel niet gebeld wil worden. Voor zover zij dat wel wenselijk vinden, noemden de respondenten in het onderzoek in de meeste gevallen een termijn van maximaal een half jaar. Ten slotte pleit de ACM voor één uniforme termijn, ongeacht de dienst of het product.

### 2.2 Recht van verzet bij verzamelen contactgegevens

In artikel 11.7, vierde lid, onderdeel a Tw is opgenomen dat een natuurlijk persoon bij het verzamelen van de contactgegevens door de verzender al recht van verzet moet kunnen aantekenen. In het huidige systeem is het eerste moment van het aanbieden van het recht van verzet tijdens het eerste telefoongesprek na de start van de klantrelatie. Dit betekent dat natuurlijke personen met de inwerkingtreding van de nieuwe regelgeving al voor een eerste telefoongesprek kunnen aangeven niet gebeld te willen worden. De ACM kan zich vinden in het uitbreiden van deze norm, zoals nu al wordt toegepast bij bijvoorbeeld e-mailverkeer, naar telemarketing. De ACM mist

---

<sup>1</sup> <https://www.internetconsultatie.nl/telemarketingbeleid/document/4707>

echter een uitleg in de Memorie van Toelichting hoe dit recht van verzet aangeboden dient te worden. Het is volgens de ACM van belang dat bij het verzamelen van contactgegevens de natuurlijke persoon een bewuste keuze maakt of hij op basis van de klantrelatie voor gelijksoortige producten of diensten in de toekomst wel of niet gebeld wilt worden.

### **2.3 Gelijksoortig product of dienst**

Voor zover de verzender gebruik maakt van contactgegevens die hij heeft verkregen in het kader van de verkoop van zijn product of dienst kunnen deze gegevens gebruikt worden om met telemarketing een gelijksoortige product of dienst aan te bieden. De ACM acht het wenselijk om in de Memorie van Toelichting nog nadrukkelijker aan te geven dat deze uitzondering 'eng' moet worden geïnterpreteerd.

Voor de beschrijving van de klantrelatie wordt in paragraaf 4.2 gebruik gemaakt van verschillende voorbeelden om gelijksoortige diensten of producten te verduidelijken. Het gekozen voorbeeld van de energieleverancier die een thermostaat aanbiedt aan een klant met een energiecontract, is volgens de ACM een ongelukkig gekozen voorbeeld. Een thermostaat is in deze context geen gelijksoortig product of dienst. Een duidelijker en passender voorbeeld van een gelijksoortig product of dienst in dit kader is wanneer de energieleverancier de klant belt met een aanbieding voor een nieuw contract, met als onderdeel een kortingsaanbod voor een thermostaat, omdat zijn huidig contract eindigt. In dit voorbeeld gaat het om een gelijksoortige dienst, namelijk een nieuw energiecontract waarvan een andersoortig product onderdeel is.

De overige beschreven voorbeelden lijken verder te impliceren dat het gaat om een ruime interpretatie van gelijksoortige producten en diensten. Dit zal tot discussie en onduidelijkheid kunnen leiden waardoor effectief toezicht bemoeilijkt wordt. Het heeft de voorkeur van de ACM om duidelijke voorbeelden te kiezen van een gelijksoortige dienst of product waaruit blijkt dat deze uitzondering 'eng' moet worden uitgelegd. Bijvoorbeeld een telecomaandbieder die een bestaande klant benadert voor een upgrade van zijn abonnement, bijvoorbeeld met meer data of belminuten. Een ander voorbeeld is een onderneming die bloemenabonnementsen verkoopt en voormalige klanten (binnen de nog nader te bepalen wettelijke termijn) een nieuwe abonnementsvorm aanbiedt.

### **2.4 Anoniem bellen**

Uit artikel 11.7, zevende lid, Tw volgt dat verzenders geen gebruik mogen maken van het blokkeren van nummeridentificatie. Dit verbod op anoniem bellen bij telemarketing is een uitzondering op artikel 11.9, eerste lid, onderdeel a, Tw. Dit betekent dat er een nieuwe norm wordt geïntroduceerd, waar ook niet eerder toezicht op is gehouden. De ACM erkent dat het hiermee voor de natuurlijk persoon gemakkelijker wordt om te identificeren wie de verzender is, omdat anoniem bellen voor telemarketingdoeleinden niet meer is toegestaan. De ACM beveelt nog aan in de Memorie van Toelichting uit te leggen waarom deze norm wordt geïntroduceerd en welk doel dit dient.

De ACM vraagt zich verder af wat de toegevoegde waarde is van het zelfstandig handhaven van deze norm, in het geval dat de ontvanger het gesprek niet aanneemt. Anoniem bellen blijft immers toegestaan wanneer het niet gaat om een telemarketinggesprek. In het geval dat een natuurlijk persoon een anoniem telefoongesprek niet aanneemt, kan er wel achterhaald worden wie de verzender is van het anonieme gesprek, maar het kan niet altijd eenvoudig achterhaald worden of er sprake zou zijn geweest van telemarketinggesprek of van een ander soort gesprek. Zouden dergelijke meldingen over anoniem bellen bij de ACM binnenkomen, kan daarom niet van de ACM worden verwacht om eerst na te gaan of er überhaupt sprake is geweest van een telemarketinggesprek of van een ander gesprek. Eventuele meldingen zijn in dit verband voor het

toezicht pas relevant, als blijkt dat de ontvanger het telefoongesprek met een anoniem nummer aangaat en uit dat gesprek blijkt dat inderdaad sprake is van telemarketing. De ACM beveelt aan om deze verwachting in de Memorie van Toelichting te verduidelijken.

De ACM vraagt zich ten slotte af met welk nummer een telemarketeer dient te bellen. De ACM wijst in dit kader op artikel 11.10a Tw waarin is opgenomen dat er geen onjuiste informatie mag worden weergegeven over de gebruiker of het netwerkaansluitpunt. Dit betekent dat een telemarketeer niet zomaar met een nummer van de opdrachtgever mag bellen. Het voordeel van nummeridentificatie zal dus vooral zitten in het herkennen van de telemarketeer, maar het hoeft voor de ontvanger, en daarmee ook voor de ACM, niet altijd duidelijk te zijn wie de opdrachtgever is van de telemarketeer. Dergelijke uitvoeringsaspecten zouden in de Memorie van Toelichting verder verduidelijkt kunnen worden.

### **3 Bewijslast**

Vooropgesteld acht de ACM de omgekeerde bewijslast een belangrijke verbetering van de bescherming tegen telemarketing. In 2014 en 2015 heeft het College van Beroep voor het bedrijfsleven in drie zaken met betrekking tot telemarketing uitspraak gedaan<sup>2</sup> waaruit blijkt dat de handhaafbaarheid van de regels in de Tw voor de ACM in bepaalde opzichten moeilijk is. Ook in de Memorie van Toelichting onder paragraaf 3.3 wordt aandacht besteed aan de knelpunten voor handhaving, waarin naar voren komt dat de bewijslast voor de ACM hoog is. Het omkeren van de bewijslast, zodat de verzender moet aantonen dat er op de juiste wijze toestemming is gegeven, maakt dat de ACM in beginsel effectiever kan handhaven. In dat kader zou een goede toevoeging zijn dat de verzender zowel de opdrachtgever/adverteerder als het callcenter kan zijn en dat de ACM beiden kan aanspreken op de naleving van de telemarketingregels. Dit volgt ook uit de parlementaire geschiedenis<sup>3</sup> van de huidige wet- en regelgeving, maar het heeft de voorkeur van de ACM om dit expliciet in de Memorie van Toelichting mee te nemen.

In het licht van de omkering van de bewijslast wil de ACM u twee punten meegeven die effectieve handhaving in de weg kunnen staan.

#### **3.1 Toestemming niet onder druk tot stand gekomen**

Binnen het voorgestelde *opt-in systeem* kan een telemarketinggesprek alleen plaatsvinden wanneer de contactgegevens en toestemming voor het telemarketinggesprek op de juiste manier zijn verkregen. In de Memorie van Toelichting wordt daarbij aangegeven dat aansluiting wordt gezocht bij de eisen die in het kader van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (hierna: AVG) worden gesteld. Zo mag de ontvanger niet onder de druk worden gezet om toestemming te geven en de toestemming moet vrijelijk gegeven zijn. Er dient sprake te zijn van een duidelijke actieve handeling, waarbij het volstrekt helder en niet dubbelzinnig is dat er toestemming wordt verleend.

Voor de handhaafbaarheid van dit artikel is het belangrijk om verdere duidelijkheid te bieden over wanneer een dergelijke toestemming wordt geacht vrijelijk te zijn gegeven en in welke situaties een consument onder de druk is gezet. In dat kader beveelt de ACM aan om in het wetsvoorstel niet alleen aan te sluiten bij de vereisten in de AVG, maar ook de norm in te kleden door bijvoorbeeld een duidelijke koppeling te maken met hetgeen hierover is vastgelegd in het kader van de regels

---

<sup>2</sup> <https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:CBB:2014:245>.  
<https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:CBB:2015:197>.  
<https://uitspraken.rechtspraak.nl/inziendocument?id=ECLI:NL:CBB:2015:198>.

<sup>3</sup> Kamerstukken 2007-2008, 30 661, nr.8, paragraaf 2.4.

omtrent Oneerlijke Handelspraktijken in Boek 6 Titel 3a van het Burgerlijk Wetboek (hierna: BW). In artikel 6:193i BW wordt namelijk bepaald wanneer er sprake is van een agressieve handelspraktijk.

Door in het wetsvoorstel en in de Memorie van Toelichting deze koppeling te maken met oneerlijke handelspraktijken, kan de ACM op basis van deze koppeling bij de handhaving van het nieuwe wetsvoorstel ook eenvoudiger terugvallen op de ervaring en praktijk en jurisprudentie die er bestaat op grond van deze bepalingen.

### **3.2 Mondelinge verklaring**

Uit het tweede lid van het nieuwe artikel 11.7 Tw volgt dat de ontvanger toestemming moet geven voordat de verzender hem mag bellen. In de toelichting bij dit voorgestelde lid wordt ingegaan op de wijze van het verkrijgen van toestemming, namelijk dat er sprake dient te zijn van een duidelijke actieve handeling, waarbij het volstrekt helder en niet dubbelzinnig is dat er toestemming wordt verleend.

Het lijkt erop alsof de toestemming vormvrij gegeven kan worden, mits aan de gestelde eisen is voldaan. Als voorbeeld wordt mondelinge toestemming genoemd. De ACM vraagt zich af of dit niet tot onnodige en uitvoerige discussies gaat leiden in de praktijk. De ACM stelt voor om de bijzin '(...) *bijvoorbeeld een (digitale) schriftelijke of een mondelinge verklaring*' niet op te nemen in de Memorie van Toelichting om deze discussies te voorkomen. Het is immers minder van belang hoe de natuurlijke persoon zijn toestemming geeft, maar het dient wel verifieerbaar van de desbetreffende natuurlijke persoon afkomstig te zijn. Zo zal een administratie van de telemarketeer met enkel vinkjes onvoldoende zijn. Dit punt verdient verduidelijking in de Memorie van Toelichting.

### **4 Internationale context**

Ook wil de ACM ingaan op de internationale context waarbinnen dit wetsvoorstel wordt gedaan. De regels in artikel 11.7 Tw vinden hun oorsprong in de e-Privacyrichtlijn, maar zijn geïmplementeerd in nationale wetgeving. Buitenlandse aanbieders, zowel binnen als buiten de EU, die op de Nederlandse markt opereren, moeten zich aan de Tw houden. Bij de handhaving kan de ACM tegen beperkingen aanlopen, bijvoorbeeld in situaties waarin malafide handelaren of telemarketeers die vanuit het buitenland opereren en/of die onvindbaar dan wel onbereikbaar (willen) zijn. In haar brief van 21 september 2018 'Uitvoerings- en handhavingstoets inzake uitvoeringswet CPC Verordening' is de ACM hierop ingegaan. Zij heeft gepleit voor ruimere mogelijkheden om met tijdelijke maatregelen dergelijke handelaren te kunnen aanpakken, bijvoorbeeld in dit geval een verbod voor in Nederland gevestigde callcenters om werkzaamheden voor hen te verrichten of een verbod voor telecombedrijven om het bellen te faciliteren dan wel infrastructuur ter beschikking te stellen. De ACM brengt dit nogmaals onder uw aandacht.

### **5 Capaciteit**

Het toezicht op de in het wetsvoorstel benoemde wetsartikelen in de Tw valt reeds onder de ACM. De wijzigingen brengen daar vooralsnog geen verandering in. Op dit moment doet de ACM geen capaciteitsclaim, maar dit kan nog wijzigen afhankelijk van het definitieve wetsvoorstel. De ACM komt hier zo nodig op terug.

**Slot opmerkingen**

In verband met de omvang van het voorstel en de zomerperiode, heeft een geringe overschrijding van de indieningstermijn plaatsgevonden. Hierover is vooraf contact met uw ministerie geweest.

De ACM is graag bereid tot nader overleg over de inhoud van deze brief en de bijlage. U kunt hiervoor contact opnemen via de in het briefhoofd vermelde contactpersoon. Bij een eventuele schriftelijke reactie wordt u verzocht om te refereren aan zakenmerk: **ACM/19/036142**. Ten slotte verneemt de ACM graag wanneer u deze brief zult publiceren.

Hoogachtend,

Autoriteit Consument en Markt,  
namens deze:

drs. C.M.L. Hijmans van den Bergh MBA  
bestuurslid