

Ons kenmerk: OPTA/IPB/2006/200320

Onderwerp: toezicht op telemarketingactiviteiten

Bijlage: 1

Datum: 21 februari 2006

Geachte ***contactpersoon***,

1.1 Inleiding

Het college van de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit (hierna: 'OPTA' of 'het college') houdt, op grond van artikel 11.7, vierde lid van de Telecommunicatiewet, toezicht op telemarketingactiviteiten. Enkele nadelige effecten van deze activiteiten zijn in 2005 uitgebreid in de publiciteit geweest. OPTA heeft daarom besloten om vanaf 2006 meer prioriteit aan het toezicht hierop te geven. Daarbij acht OPTA het van belang u te informeren hoe zij de regelgeving interpreteert. Dit wil zij echter niet doen dan nadat belanghebbende partijen de gelegenheid hebben gekregen te reageren op OPTA's interpretatie.

In deze brief zet het college uiteen waarom handhavend optreden nu nodig is. Vervolgens nodigt het college u uit uw reactie te geven op de zienswijze van het college.

1.2 Een probleem?

Het door bedrijven ongevraagd (potentiële) consumenten telefonisch benaderen om goederen, diensten en/of denkbeelden te promoten is toegestaan. In de Telecommunicatiewet is een zogenaamd 'opt-out'-regime geregeld. Dit houdt in dat bedrijven vooraf geen toestemming aan (potentiële) consumenten behoeven te vragen. Indien consumenten echter aangeven het niet meer op prijs te stellen telefonisch benaderd te worden, dient een bedrijf hier direct gevolg aan te geven.

Telemarketing is voor bedrijven een belangrijk verkoopkanaal. Door telemarketing komen bedrijven direct in contact met (potentiële) consumenten om producten e.d interactief te promoten. Het 'directe' karakter van de klantcontacten zorgt voor relatief hoge zogenoemde 'leadscores', dus goede resultaten. Dit directe karakter is echter ook de oorzaak van negatieve reacties bij de consument. Bijna iedereen heeft wel eens meegemaakt tijdens het avondeten te worden gestoord door een telefoontje van een telemarketeer. Dit wordt door veel mensen als irritant beschouwd. De Consumentenbond is hierop ingesprongen en heeft eind maart 2005 het 'Meldpunt Stop Telefoonterreur' geopend. Hierop kwamen duizenden reacties van consumenten aangaande telemarketing binnen. Onder meer om te voorkomen dat consumenten bij elk bedrijf/callcenter opnieuw moeten aangeven geen telefoontjes te willen ontvangen, dringt de consumentenbond aan op een centrale database waar bedrijven wettelijk

verplicht zich moeten aansluiten¹.

Ook hebben telemarketingactiviteiten de politieke aandacht. Het kamerlid Van Dam heeft in 2005 tweemaal vragen gesteld die betrekking hadden op telemarketing. OPTA heeft in 2005 zo'n 50 klachten van consumenten ontvangen die hierop betrekking hadden.

Acties vanuit de markt

Bedrijven zijn zich over het algemeen bewust van de kritische houding van consumenten ten aanzien van telemarketing. Daarom is door het bedrijfsleven een aantal initiatieven ontwikkeld om eventuele overlast zoveel mogelijk te beperken.

Zo is er de Code Telemarketing. Organisaties die telemarketing bedrijven dienen zich aan de in deze code vermelde regels te houden.

Daarnaast is er de Stichting Infofilter. Deze stichting draagt er zorg voor dat consumenten op eenvoudige wijze kunnen aangeven geen prijs te stellen op telemarketingcontacten. Het mes van dit initiatief snijdt aan twee kanten. Enerzijds wordt (gepoogd te) voorkomen dat consumenten die hier geen prijs op stellen overlast ondervinden van ongewenste telefoontjes, anderzijds krijgt het bedrijfsleven hierdoor een relevantere database met potentiële consumenten, wat leidt tot kostenbesparingen. De activiteiten van deze stichting spelen met name voor consumenten een belangrijke rol. Zonder het initiatief van deze stichting zouden consumenten zich namelijk bij elk callcenter of, voor bedrijven die geen gebruik maken van facilitaire callcenters, voor elk bedrijf apart moeten afmelden.

Verder is onlangs de Consumentenlijn Telemarketing (0900-2442442) van start gegaan. Met deze telefoonlijn heeft de consument een centraal loket waar men met vragen en klachten over telemarketing terecht kan.

Ook in de CAO voor de Call Center Branche is een en ander geregeld ter voorkoming van consumentenirritatie.

1.3 Probleem opgelost?

Ondanks de initiatieven tot zelfregulering, die zeker een positief effect hebben, ziet OPTA een aantal problemen.

1. Consumenten worden, ondanks dat ze aan een bedrijf of de Stichting Infofilter hebben aangegeven niet prijs te stellen op telemarketingactiviteiten, toch benaderd.
2. Telemarketeers geven in telefoongesprekken niet aan dat er de mogelijkheid is om telemarketingtelefoontjes niet meer te ontvangen.

¹ Zie <http://www.consumentenbond.nl/nieuws/persberichten/Archief/2005/1598510?ticket=nietlid>

Ten aanzien van het eerste punt blijkt dat niet alle bedrijven die telemarketingactiviteiten ondernemen zich hebben aangesloten bij de Stichting Infilter. De Stichting heeft aangegeven dat zo'n 85%² van de totale markt is aangesloten. De overige bedrijven worden niet bereikt door een aanmelding van een consument bij de Stichting Infilter. Daarnaast blijkt uit klachten dat consumenten, ondanks dat ze zich bij een bepaald bedrijf/callcenter hebben afgemeld, soms toch nog telefoontjes van dit bedrijf/callcenter ontvangen.

Ten aanzien van het tweede punt is het OPTA niet gebleken dat bedrijven/callcenters zich houden aan de wettelijke verplichting om actief de mogelijkheid te bieden geen telefoontjes meer te ontvangen.

Met name ten aanzien van bovenstaande twee punten verzoekt het college u om een reactie. Zie hiervoor de bijlage van deze brief.

1.4 Optreden OPTA

Gezien het voorgaande is er voor OPTA aanleiding om het toezicht op telemarketingactiviteiten te intensiveren. Het doel van OPTA hiermee is de bekendheid van de telemarketing regelgeving te vergroten, bedrijven stimuleren de wettelijke verplichtingen na te komen en uitwassen te bestrijden.

Beoogde gevolgen van geïntensiveerd toezicht zijn enerzijds minder geïrriteerde consumenten en anderzijds meer naleving van regelgeving door bedrijven/callcenters. Omdat in de contacten naar consumenten actief aandacht geschonken moet worden aan de opt-out-mogelijkheid, lijkt het aannemelijk dat meer (potentiële) consumenten zullen aangeven dat zij het niet op prijs stellen telemarketing-telefoontjes te ontvangen. Daarmee wordt de doelgroep voor telemarketeers kleiner, echter wel (kosten)effectiever omdat de datakwaliteit toeneemt.

OPTA is voornemens om, na raadpleging van belanghebbende partijen aangaande de interpretatie van regelgeving, hier actief toezicht op te houden. Het valt niet uit te sluiten dat OPTA, conform haar activiteiten tegen spammers, bij niet naleving van de regelgeving boetes dient uit te delen. OPTA hoopt dat daardoor het aantal (telemarketing)bedrijven die het niet zo nauw neemt met de naleving van regelgeving vermindert. Geïntensiveerd toezicht kan ertoe leiden dat discussies over wijzigingen in de regelgeving, bijvoorbeeld de noodzaak voor een verplichte centrale database waartoe de consumentenbond heeft opgeroepen, verstommen.

Consultatie

In de bijlage van deze brief vindt u de uitleg van de in de Telecommunicatiewet gehanteerde begrippen. Daarbij worden enkele vragen gesteld waar het college graag uw reactie op verneemt.

² Percentage gebaseerd op omzet.

Het college verzoekt u uiterlijk 17 maart 2006 op het in de bijlage gestelde te reageren. U dient uw reactie op schriftelijke én op elektronische wijze bij het college in te dienen:

schriftelijk via

OPTA

t.a.v. sector Integriteitstoezicht en Post

consultatie telemarketing

Postbus 90420

2509 LK Den Haag

en elektronisch via

telemarketing@opta.nl

Hoorzitting

OPTA organiseert een hoorzitting om partijen de gelegenheid te geven de schriftelijke reacties mondeling toe te lichten.

De hoorzitting zal plaatsvinden op 15 maart 2006, vanaf 10.00 uur tot 12.00 uur ten kantore van OPTA. U dient uiterlijk op 8 maart 2006 via telemarketing@opta.nl aan te geven of u bij deze hoorzitting aanwezig zult zijn.

Mocht u naar aanleiding van deze brief vragen hebben, dan kunt u zich richten tot de heer Vesseur, telefoonnummer 070-3153590 of de heer De Nijs, telefoonnummer 070-3153582.

Hoogachtend,

Het college van de Onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit,
namens het college,
plv. Sectorleider Integriteitstoezicht en Post

mr. D. Molenaar