

ACM - toezicht op telemarketing

15 april 2026

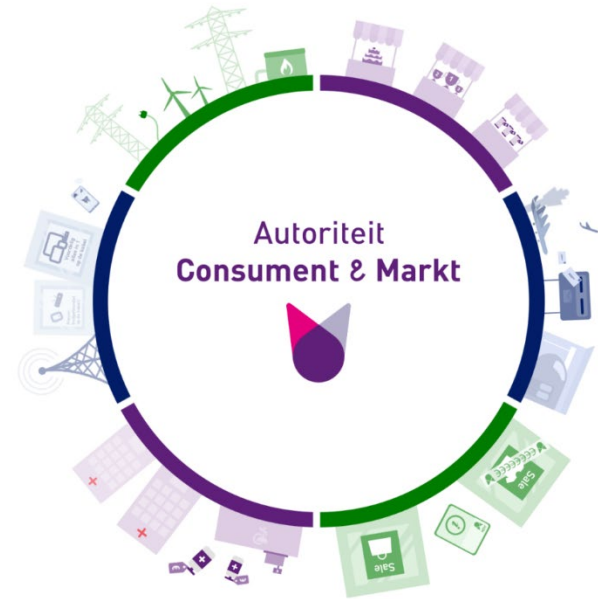
Agenda

1. Opening door Martijn Ridderbos (bestuurslid ACM)
2. Korte terugblik
3. Stand van zaken
4. Inrichting toezicht na deze bijeenkomst
5. Vragen

Welkom

- Openingswoord
- ACM missie en visie

“De ACM draagt bij aan een gezonde economie door markten goed te laten werken voor alle mensen en bedrijven, nu en in de toekomst. In goed functionerende markten concurreren bedrijven eerlijk met elkaar en benadelen zij niemand met oneerlijke praktijken. Mensen en bedrijven weten welke spelregels gelden en hoe zij voor hun rechten kunnen opkomen.”





Waarom deze bijeenkomst?

Korte terugblik

- **Maart 2025 – bijeenkomst**
 - Toelichting op de regels
 - Ketenaansprakelijkheid en zelfstandige verantwoordelijkheid
 - Verwachtingen van de ACM
- **Juli 2025 – vordering**
 - Uitvraag gericht op naleving van de regels
- **Diverse toezichtstrajecten**
 - Toezegging VodafoneZiggo
 - Analyse van informatie uit de vordering
 - Verbetertrajecten bij meerdere ondernemingen

Stand van zaken

- Zichtbare beweging in de markt, met name rond de invulling van de opt-in
- Verbetertrajecten bij ondernemingen in afrondende fase, afhankelijk van de kwaliteit van gesprekken
- Tegelijkertijd blijven knelpunten zichtbaar:
 - Aanhoudende signalen van een ongelijk speelveld
 - Ondernemingen passen werkwijzen nog onvoldoende aan
 - Toenemend “shoppen” tussen/door intermediairs en callcenters

Stand van zaken – huidig probleembeeld

- **Problemen bij vergelijkers**
 - In de praktijk vinden geen (of onvoldoende) daadwerkelijke vergelijkingen plaats
- **Transparantie en informatieverstrekking**
 - Informatie moet duidelijk, begrijpelijk en niet-misleidend zijn
 - Dit geldt ook voor online kanalen en leadgeneratie (zoals social media en winacties)
 - Consument moet expliciet begrijpen dat toestemming ziet op gebeld worden
- **Schriftelijkheidsvereiste**
 - Consument moet daadwerkelijk de gelegenheid krijgen om zelf de informatie te lezen
 - Het gaat niet om een vaste tijdsduur, maar om de vraag of de consument de informatie zelfstandig heeft kunnen lezen
 - Indien dit niet het geval is: niet doorgaan met het sluiten van de overeenkomst

Stand van zaken – ontwikkelingen wetgeving

- **Aanscherping regels telemarketing (per 1 juli 2026)**
 - Niet langer toegestaan om bestaande klanten en oud-klanten te bellen zonder voorafgaande toestemming
 - Einde aan bellen op basis van bestaande klantrelaties zonder opt-in (uitgevers van dagbladen, weekbladen, tijdschriften, en bepaalde loterijen blijven onder voorwaarden uitgezonderd van het verbod)

Inrichting toezicht na bijeenkomst

- In de zomer (+- augustus) volgt een nieuwe informatievordering
- Indien niet wordt voldaan aan de geldende regels, zal de ACM:
 - Nader onderzoek instellen
 - Overgaan tot formele handhaving (bijv. last onder dwangsom)

Wat verwachten wij van u?

- Houd actief toezicht op toestemming en verkoopgesprekken die namens of door u worden gevoerd en grijp in waar nodig
- Maak een bewuste afweging of telefonische werving een passende verkoopmethode is
- Weet met wie u zaken doet en stel duidelijke eisen aan partners zoals intermediairs en callcenters
- Geef concreet invulling aan uw ketenverantwoordelijkheid



Vragen?