

Ministerie van Economische Zaken,
Landbouw en Innovatie

> Retouradres Postbus 20401 2500 EK Den Haag

De Voorzitter van de Tweede Kamer
der Staten-Generaal
Binnenhof 4
2513 AA 's-GRAVENHAGE

**Directoraat-generaal voor
Energie, Telecom en
Mededinging**
Directie Mededinging en Consumenten

Bezoekadres
Bezuidenhoutseweg 30
2594 AV Den Haag

Postadres
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Factuuradres
Postbus 16180
2500 BD Den Haag

Overheidsidentificatienr
00000001003214369000

T 070 379 8911 (algemeen)
www.rijksoverheid.nl/eleni

Ons kenmerk
DGETM-MC / 12056680

Datum 4 juni 2012

Betreft Antwoorden op vragen over het 'Bel-me-niet register'

Geachte voorzitter,

Hiermee zend ik u de beantwoording van de vragen van het lid van Dam (PvdA) over het 'Bel-me-niet register', nr. 2012Z08276, ingezonden 18 april 2012.

1

Hebt u kennisgenomen van de resultaten van de enquête die TROS Radar heeft gehouden over het Bel-me-niet register, waaruit onder meer blijkt dat 83% van de mensen die ingeschreven staan bij het register het vervelend vindt gebeld te worden door bedrijven waar zij (ex-)klant van zijn?

Antwoord

Ja.

2

Is het binnen de nu geldende Europese richtlijnen mogelijk om wettelijk vast te leggen dat de nu geldende uitzondering, dat mensen die in het Bel-me-niet register staan geregistreerd nog wel kunnen worden gebeld door een bedrijf waar zij klant van zijn, vervalt?

3

Indien dit niet mogelijk is, is het dan wel mogelijk om het recht op verzet op te nemen in het Bel-me-niet register door middel van een aparte categorie in het register voor mensen die ook niet willen worden gebeld door bedrijven waar zij klant van zijn?

Antwoord (2 en 3)

Voor telemarketing via de telefoon richting warme contacten (mensen die klant bij het bedrijf zijn of zijn geweest) hebben we in Nederland een systeem waarbij klanten ad hoc aan kunnen geven dat zij niet (meer) benaderd willen worden. Een klant moet de mogelijkheid geboden worden om zich te verzetten tegen het gebruik van het telefoonnummer. Dit is het zogenoemde 'recht van verzet'. OPTA ziet erop toe dat de mogelijkheid gebruik te maken van dat recht bij elk gesprek geboden wordt. Dit systeem zorgt er voor dat klanten die op het contact geen prijs stellen, slechts maximaal één keer door een specifiek bedrijf gebeld kunnen worden.

Het huidige systeem maakt het daardoor mogelijk dat tandartsen en garagebedrijven zonder raadpleging van het Bel-me-niet register en de daarbij behorende kosten, klanten telefonisch op de hoogte kunnen brengen dat het tijd is voor de reguliere controle c.q. keuring.

Mijn inschatting is dat het laten vervallen van de uitzondering voor warme contacten of het opnemen van een aparte categorie in het Bel-me-niet register niet aan de proportionaliteitseis voldoet. Onder de huidige richtlijnen mag een Lidstaat weliswaar strengere eisen stellen dan de richtlijn, maar deze moeten op grond van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie non-discriminatoire, subsidiair en proportioneel zijn, indien deze regelgeving de (interne) markt kan beïnvloeden. Bij deze proportionaliteitstoets worden de gerechtvaardigde belangen van de consument afgewogen tegen de gerechtvaardigde belangen van het bedrijfsleven. Bij e-mail en faxmarketing, die streng gereguleerd zijn, wordt, op grond van de Europese regels een uitzondering gemaakt voor klanten. Deze mogen door de bedrijven worden benaderd en dat recht kan niet generiek en bij voorbaat worden ingeperkt. De Europese regelgever erkent daarmee het belang dat een bedrijf, vereniging of charitatieve instelling heeft om zijn huidige 'klanten' te bereiken. Dat belang raakt ernstig in de knel op het moment dat de uitzondering voor bellen naar warme contacten vervalt of een generieke uitsluiting in het bel-me-niet-register wordt ingevoerd, en gaat daarmee verder dan noodzakelijk. Naar mijn mening biedt het huidige systeem voor telefonische direct marketing richting klanten, indien telkens het recht van verzet wordt geboden, een evenwichtige waarborg van de belangen van het bedrijfsleven en de consument.

Wel wil ik verbeteringen aanbrengen in het huidige beleid. Ten eerste, zoals aangegeven in mijn brief van 16 april jl. over de evaluatie van het Bel-me-niet register, zal ik in samenspraak met de beheerder van het register bezien op welke wijze consumenten nog beter geïnformeerd kunnen worden over het recht van verzet en andere aspecten van het register teneinde de nog bestaande irritatie verder te verminderen. Ten tweede, uit de evaluatie blijkt ook dat klanten het zelden een probleem vinden om gebeld te worden door hun huidige aanbieder of contractspartij. Irritatie ontstaat vooral als klanten worden gebeld door een aanbieder of contractspartij, waarbij men al lang geen contract meer heeft. Ik zal dan ook bezien of er mogelijkheden bestaan om een termijn te verbinden aan het benaderen van warme contacten die inmiddels geen klant meer zijn bij het bedrijf.

4

Valt het doen van marktonderzoek onder de definitie van 'ongevraagde communicatie voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden' van artikel 11.7 lid 5 van de Telecommunicatiewet? Kunt u dit toelichten? Indien dit niet het geval is; is het mogelijk marktonderzoek onder dezelfde regels te laten vallen als die gelden voor de doeleinden zoals bedoeld in dit artikel? Bent u bereid het MOA-onderzoekfilter met het Bel-me-niet register te integreren, bijvoorbeeld als extra optie?

Antwoord

Telefonische informatievergaring ten behoeve van markt- en verkiezingsonderzoek valt niet onder de definitie van 'ongevraagde communicatie voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden' (kamerstuk 30661 nr. 8, 2007-2008, paragraaf 2.5). Het dient hierbij logischerwijs daadwerkelijk om markt- of verkiezingsonderzoek te gaan; indien men onder het mom van marktonderzoek producten of diensten aan de man probeert te brengen, dient men zich onder meer te houden aan de regels inzake het Bel-me-niet register. Ook hier ziet de OPTA op toe.

Het MOA Onderzoekfilter is een vorm van zelfregulering. Mede vanuit het oogpunt van voorkomen van onnodige lasten voor het bedrijfsleven, geniet zelfregulering, mits voldoende effectief, mijn voorkeur boven wettelijke maatregelen. Ik ben daarom geen voorstander van het integreren van het Onderzoekfilter in het register.

**Directoraat-generaal voor
Energie, Telecom en
Mededinging**
Directie Mededinging en Consumenten

Ons kenmerk
DGETM-MC / 12056680

(w.g.) drs. M.J.M. Verhagen
Minister Economische Zaken, Landbouw en Innovatie