

## Factsheet nieuwe telemarketingregels voor energiewerving

Gebruikt uw organisatie telemarketing als instrument voor de werving of het behoud van energiekanten? Dan is dit factsheet voor u.

### Aanleiding

De Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat, Mona Keijzer, heeft haar consumentenagenda voor 2019 gepresenteerd. Eén van de bekendmakingen betreft het kanaal telemarketing. Dat kanaal wordt “opt in”. Dat wil zeggen dat het bel-me-niet-register verdwijnt en telemarketing alleen nog kan plaatsvinden met toestemming van de consument. Oorspronkelijk was deze wijziging van het telemarketingregime opgehangen aan de komst van de nieuwe ePrivacy Verordening, maar nu deze op zich laat wachten, wordt de Telecommunicatiewet tussentijds aangepast. Naar verwachting worden de nieuwe regels over circa 1,5 jaar van kracht. Zo lang duurt het wetgevingstraject.

De gevoelige onderdelen uit de wetwijziging gaan over:

- Telemarketing opt in vs. opt out
- Een beperking op de termijn van de klantrelatie

Oorspronkelijk was er ook het voornemen om alle organisaties te verplichten een prefix (088-telemarketing) te laten meesturen bij telemarketing, maar dat idee is vooralsnog losgelaten omdat het te schadelijk wordt geacht.

Dit factsheet gaat over de voorgenomen wijzigingen en u kunt met dit document in de hand opmaken wat de gevolgen voor uw organisatie kunnen zijn. Dit document is ook bedoeld om feiten en fictie te onderscheiden. Niet alle verhalen die rondgaan in de wandelgangen van de sector en online gepubliceerd worden zijn ook echt waar!

De details in dit dossier kunnen veranderen. Stuur ons een mail op [info@dmcc.nl](mailto:info@dmcc.nl) met het onderwerp “Opnemen in nieuwsbrief” als u op de hoogte wilt blijven van wijzigingen en updates.

Voor meer informatie kijk ook naar deze berichten:

<https://dmcc.nl/nieuws/telemarketing-wordt-opt-in/>

<https://dmcc.nl/nieuws/staatssecretaris-keijzer-vastberaden-de-opt-in-voor-telemarketing-komt-er-een-bel-niet-aan-register-niet/>

Heeft u nog aanvullende vragen, dan kunt u ons natuurlijk altijd bellen op 088-779311.

## Fact 1 telemarketing wordt opt-in

### Toestemming voor bellen naar potentiële klanten: Hoe werkt het nu?

Als uw organisatie telemarketing inzet voor energiewerving en u belt potentiële klanten (geen consumenten of kleine ondernemers die al zijn klant of dat in het verleden zijn geweest) dan mag u zonder toestemming ongevraagd bellen om hen te vragen of ze klant bij u willen worden, *tenzij iemand in het bel me niet register staat* of iemand tegen uw organisatie heeft gezegd dat u niet meer mag bellen (recht van verzet).

### Toestemming voor bellen naar potentiële klanten: Hoe wordt het in de toekomst?

Voor het ongevraagd bellen naar potentiële klanten (geen consumenten of kleine ondernemers die al zijn klant of dat in het verleden zijn geweest) is toestemming nodig. Het bel-me-niet-register zal worden opgeheven en “koud bellen” is verboden. Opt-in is geen wettelijke term, maar een term die door marketeers wordt gebruikt. De wet spreekt simpelweg van toestemming voor telemarketing.

## Fact 2 wat is toestemming?

De opt-in moet minimaal voldoen aan de [voorwaarden voor toestemming uit de AVG](#) (Algemene Verordening Gegevensbescherming). Dat wil zeggen dat:

1. De toestemming uit vrije wil moet zijn gegeven;
2. De betrokkene duidelijk moet zijn geïnformeerd over waar hij toestemming voor geeft;
3. De toestemming niet tot stand kan komen door niets te doen. Er moet dus een actieve handeling zijn verricht. Vinkjes online alvast aanzetten is niet toegestaan;
4. De toestemming even gemakkelijk moet kunnen worden ingetrokken als deze is afgegeven;
5. Uw organisatie achteraf de toestemming per persoon moet kunnen bewijzen.

Het zou kunnen zijn dat in de nieuwe wetwijziging extra voorwaarden aan deze toestemming worden gesteld.

## *Fact 3 telemarketing op bestaande klanten kan straks nog zonder toestemming*

### **Bellen naar bestaande klanten: Hoe werkt het nu?**

*Telemarketing wordt door energieverkopers ook ingezet voor verlengings- of behoudsdoeleinden of voor “cross selling”. Er mag zonder toestemming ongevraagd worden gebeld naar klanten voor eigen en gelijksoortige producten en diensten. In die situatie hoeft er niet met het bel-me-niet-register te worden ontdebeld. Uiteraard mag er niet worden gebeld met klanten die verzet hebben aangetekend tegen telemarketing door uw organisatie.*

### **Bellen naar bestaande klanten: Hoe wordt het straks?**

*De situatie blijft ongewijzigd.*

## *Fact 4 telemarketing op ex-klanten kan straks nog (tot op zekere hoogte) zonder toestemming*

### **Bellen naar ex-klanten: Hoe werkt het nu?**

*Telemarketing wordt door energieverkopers ook ingezet om vertrokken klanten te herwinnen. Er mag zonder toestemming worden gebeld naar ex-klanten, dus er hoeft niet met het bel-me-niet-register te worden ontdebeld. Uiteraard mag er niet worden gebeld met ex-klanten die verzet hebben aangetekend tegen telemarketing door uw organisatie. Er is geen wettelijke termijn gesteld aan de klantrelatie. Dus in theorie kunt u tot in het oneindige ex-klanten bellen. Niemand doet dat. Iedere organisatie heeft wel een termijn gesteld.*

### **Bellen naar bestaande klanten: Hoe wordt het straks?**

*Er mag zonder toestemming worden gebeld naar ex-klanten. Uiteraard mag er niet worden gebeld met ex-klanten die verzet hebben aangetekend tegen telemarketing door uw organisatie. Er zal in de Code Telemarketing 2019 (die nog moet uitkomen) een termijn worden gesteld waarbinnen u uw ex-klant telefonisch kunt benaderen zonder toestemming. Welke termijn dat wordt, is nog niet bekend. Na het verstrijken van deze termijn heeft u voor het ongevraagd bellen van een ex-klant toestemming van de klant nodig. De Code Telemarketing 2019 zal eerder in werking treden dan de Telecommunicatiewet is aangepast, dus dat duurt geen 1,5 jaar.*

## *Fact 5 er komt in de loop van 2019 een nieuwe versie van de Code Telemarketing (CTM)*

*Naast wetgeving (bijvoorbeeld de Telecommunicatiewet) zijn er ook regels van toepassing op telemarketing die door de sector zijn opgesteld. Dat wordt zelfregulering genoemd. In de zelfregulering wil de sector problemen in telemarketing oplossen, voordat het door de overheid in wetgeving wordt opgenomen. De Code Telemarketing valt onder de Stichting Reclame Code en is dus bindend voor alle bedrijven in Nederland en voor buitenlandse bedrijven die door de inzet van telemarketing op de Nederlandse markt klanten werven. Niet naleving van de CTM kan door de ACM worden uitgelegd als een oneerlijke handelspraktijk.*

*De nieuwe CTM brengt, ook op verzoek van het ministerie van Economische Zaken en Klimaat (EZK), in een aantal zaken verbetering aan. De maatregelen zijn onder te brengen in vier pijlers:*

- 1. Er komt meer transparantie (welke organisatie belt er nu echt?). We bedoelen hier niet dat het telemarketingbureau haar naam moet gebruiken, maar dat het heel duidelijk moet zijn wie de wervende organisatie (opdrachtgever) is.*
- 2. Het wordt eenvoudiger voor consumenten om van hun recht van verzet gebruik te maken tijdens telemarketinggesprekken.*
- 3. De training van telemarketeers moet worden uitgebreid met training op vaardigheden die consumentenirritatie kunnen verminderen tijdens het gesprek.*
- 4. Er wordt een termijn gesteld aan de klantrelatie.*

*Let op: De bovenstaande facts zijn opgesteld op de datum bovenaan dit document. Ze kunnen wijzigen tijdens het traject van aanpassing van de wetgeving. Wilt u op de hoogte blijven van eventuele wijzigingen, dan vindt u altijd actuele nieuws op [www.dmcc.nl](http://www.dmcc.nl) of u kunt zich aanmelden voor onze nieuwsbrief op [info@dmcc.nl](mailto:info@dmcc.nl).*