

Nieuw regime spam is vaag

Invoering van regels telemarketing leidt tot lastenverzwaring voor het bedrijfsleven

Jacqueline van Essen

Veel vragen blijven onbeantwoord met nieuwe regels voor spam en telemarketing in de Telecommunicatiewet, inclusief de vraag of de consument er veel mee opschiet. Wel is duidelijk dat invoering van dit voorstel leidt tot lastenverzwaring voor het bedrijfsleven. Het door de Tweede Kamer geamendeerde voorstel ligt inmiddels bij de Eerste Kamer.

Voor consumenten bestaan al regels voor het sturen van ongevraagde marketinginformatie. In principe mag dit alleen met toestemming van de consument, tenzij het e-mailadres is verkregen in het kader van de verkoop van een product of dienst, en mits de informatie die wordt gestuurd soortgelijke producten of diensten van het bedrijf betreffen. Daarnaast is er een Code Verspreiding Reclame via e-mail voor het sturen van reclame naar consumenten.

Voor het sturen van spam naar bedrijven gelden deze beperkingen niet. Aangenomen werd dat de administratieve lasten beperkt zouden zijn en dat bedrijven ook voordeel zouden kunnen hebben van zulke, commerciële informatie. Toen de lasten toch hoger bleken dan gedacht, werd in afwachting van nieuwe wetgeving ook hier een gedragscode ingevoerd (E-mail Zakelijke Ontvangers).

In het huidige wetsvoorstel moeten ook bedrijven die ongevraagde marketinginformatie per bijvoorbeeld fax of e-mail willen sturen naar andere bedrijven hier toestemming voor hebben. Behalve in het kader van de verkoop van producten of diensten is evenmin toestemming nodig als de verzender gebruikmaakt van elektronische contactgegevens die door de abonnee daarvoor zijn bestemd en bekendgemaakt.

Hier zijn diverse kanttekeningen te plaatsen. Wanneer is een emailadres voor een dergelijk doel bekendgemaakt? Zullen bedrijven een dergelijk e-mailadres hiervoor inderdaad aanwijzen? Wat zijn soortgelijke producten of diensten? Hoeveel spam is bovendien niet afkomstig uit landen buiten de Europese Economische Ruimte? Deze landen lijken weinig interesse te tonen in onze regels.



Consument wordt al beschermd...

Foto: Marco Okhuizen/HH

Op het gebied van telemarketing bij consumenten gaan strengere regels gelden als het aan de Tweede Kamer ligt. Ingevolge het wetsvoorstel wordt het huidige register van Infofilter (zelfregulering) vervangen door een wettelijk 'belme-nietregister', dat verplicht moet worden geraadpleegd. Het verbod om deze consumenten te bellen is echter niet waterdicht. De consument die eerder een soortgelijk product of dienst kocht, mag straks telefonisch worden benaderd door hetzelfde bedrijf.

Om het Nederlandse vestigingsklimaat niet ongunstig te beïnvloeden werd geschrapt dat het verbod geldt voor 'degene die gevestigd is in Nederland'. De staatssecretaris van Economische Zaken vroeg zich al af of dit amendement — uitbreiding tot buiten Nederland — wel rechtmatig is. Bovendien is het de vraag hoe dit gehandhaafd zal en kan worden. Een nauwkeurig onderzoek naar deze onduidelijkheden is geboden.

Mr. ir. Jacqueline van Essen is advocaat bij NautaDutilh nv te Amsterdam.