

TDA update van het Bel-me-niet-register – een half jaar na de lancering

Op 1 april aanstaande bestaat het Bel-me-niet-register (BMNR) alweer een half jaar, het is dan ook de hoogste tijd dat TDA u als Telecommunicatiewet specialist weer een update verstrekt over de huidige stand van zaken betreft deze wetgeving.

BMNR wint topper Award

Het is u vast niet ontgaan dat het BMNR veel én positief in het nieuws is geweest. Zo is het BMNR op 16 maart jl. zelfs bekroond met de Topper Award van de Consumentenbond. Met maar liefst 65% van de 16.000 stemmen liet BMNR de nummer 2 (Windows 7) en 3 (Iphone 3GS) ver achter zich. We kunnen dan ook wel concluderen dat het BMNR, in de ogen van de Nederlandse consument, een groots succes is.

Echter in dezelfde week is door de Consumentenbond geconcludeerd dat er ook nadelen aan een inschrijving in het BMNR kleven. Zo schijnt het dat verkopers aan de deur gebruik maken van de gegevens van het BMNR. De geregistreerden worden dus niet meer gebeld maar er wordt aangebeld... Directeur Hans Leemans van het BMNR heeft ondertussen bevestigd dat de kans bestaat dat deze verkopers zo te werk gaan. De verkopers kunnen geen adresgegevens achterhalen via het BMNR maar ze kunnen wel nagaan welke nummers niet meer gebeld mogen worden en zoeken daar dan zelf een adres bij.

What's next? Een button met spreek me WEL/NIET aan??

De Consumentenbond heeft ondertussen al een actie opgezet om de 'nieuwe' trend van de colporteurs aan te pakken, zo hebben ze nu het idee geopperd om ook een 'Bel-niet-aan-register' op te richten. Dit nieuwe register zou kunnen worden uitgebreid met een sticker waarop staat dat verkopers aan de deur niet welkom zijn. Een eerste reactie die ik via Twitter las na deze berichtgeving was: 'Na het bel-me-niet-register nu ook een bel-niet-aan-register? Het wordt druk in de winkelstraat.....'

Een logische gedachte in mijn ogen, alleen deze reactie is helaas niet correct, want de Consumentenbond gaat graag nog een stapje verder en wil ook direct de verkoop van producten en diensten in winkelstraten aan banden leggen, want ook dat vindt de Nederlandse consument irritant, aldus een publicatie op 22 maart jongstleden.

What's next? Een button met daarop: 'Spreek me WEL/NIET aan' ?? Ik ben van mening dat de overheid en de Consumentenbond wel heel veel branches wil benadelen binnen een jaar. Wellicht dat deze overheid, en dan met name de volksvertegenwoordiging die wij binnenkort weer mogen gaan kiezen, zelf het goede voorbeeld kan geven door in de aankomende campagne voor 9 juni de consument (de kiezer) eens niet lastig te vallen met alle partijpolitieke verkooppraatjes. Ik vrees dat dit ijdele hoop zal zijn...

Tevens blijft deze overheid, samen met diverse vakbladen, consistent enkel negatieve berichten publiceren over outbound calling en zeggen sommigen zelfs dat outbound marketing op sterven ligt. Men vergeet alleen in dit verhaal echter dat de consument nog steeds door organisaties waar zij een factuurrelatie mee hebben, telefonisch mogen worden benaderd.

Dat dit zelfs binnen het bedrijfsleven wel wordt vergeten bleek maar weer op een groots CRM congres dat ik vorige week bezocht. De spreker gaf aan dat outbound marketing zal verdwijnen, meer dan de helft van de 40 marketeers waren dat met hem eens en waren zelf ook ingeschreven in het BMNR. Toen ik hen vervolgens attendeerde op het feit dat het veelvuldige telefonische contact dat zij met hun klanten hebben ook outbound marketing is, was de zaal even stil. Tja, als marketeers zelfs vergeten wat voor marketingacties zij uitvoeren, dan kan ik wel begrijpen dat de consument enkel de negatieve kanten van outbound marketing ziet. Het is alleen zo zonde.

Tevens wordt uit het oog verloren dat telemarketing een belangrijk verkoopkanaal is voor een heleboel bedrijven. Bedrijven die hun omzet en winst in belangrijke mate behalen uit telemarketing. Los van de 200.000 mensen die in de callcenterbranche werkzaam zijn, raakt de wetgeving dus ook al deze bedrijven en de miljoenen mensen die daar hun dagelijks brood verdienen.

Dat deze bedrijven naar andere verkoop- en marketingmogelijkheden zoeken valt ze moeilijk te verwijten. Dat daarbij weer andere irritaties ontstaan is inherent aan deze verschuiving. Waar de ene consument zicht ergert aan telemarketing of aan door to door marketing, daar ergert een ander zich weer aan talloze pop-ups op websites, aan de bekende Nederlander die je op elke straathoek vanaf de abri's aanstaart of aan de verveelde verkoper die je in de winkel voor je voeten loopt.

Update aantal inschrijvingen

In onze laatste update van december jl. hebben we al voor u uitgesplitst hoeveel inschrijvingen het BMNR had en hoe de verdeling was tussen nieuwe inschrijvingen en oude Infofilter geregistreerde die in het BMNR waren opgenomen.

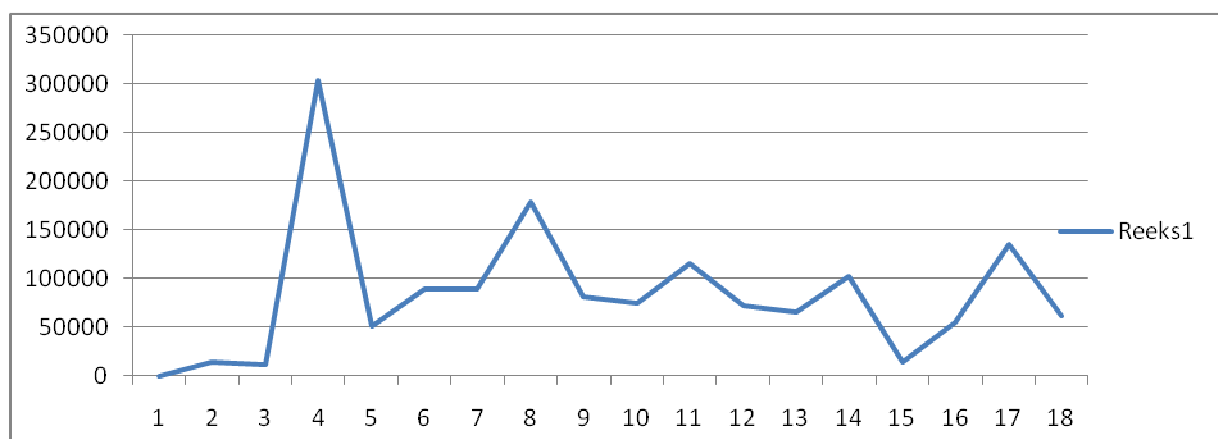
Zo waren er op 23 november 2009, 817.276 registraties in het BMNR, daarnaast waren er 2,7 miljoen registraties in het Infofilter bestand opgenomen en die automatisch in het register zijn geplaatst (deze telefoonnummers zullen na een termijn van 3 jaar automatisch weer uit het BMNR verdwijnen).

Graag geven wij u een actueel overzicht van het aantal geregistreerden in het BMNR tot 22 maart 2010:

- Nieuwe BMNR registraties (1 oktober 2009 / 22 maart 2010): 1.873.362 consumenten.
- Totaal aantal geregistreerde consumenten in het BMNR op 22 maart 2010: 4.507.136 consumenten
- Zoals u kunt zien is er in de weken van 19 oktober en 16 november een bijzonder hoge toename van het aantal geregistreerden. Is er wellicht een organisatie die in deze weken proactief zijn klanten heeft benaderd om hen op te laten nemen in het BMNR?

Datum	Aantal	Toename per week		Toename t.o.v 1 okt	
1-okt	2.633.774	0	0	0	100,00%
5-okt	2.647.676	13.902	0,53%	13.902	100,53%
12-okt	2.658.739	11.063	0,42%	24.965	100,95%
19-okt	2.962.349	303.610	11,42%	328.575	112,48%
26-okt	3.012.913	50.564	1,71%	379.139	114,40%
2-nov	3.102.355	89.442	2,97%	468.581	117,79%
9-nov	3.191.797	89.442	2,88%	558.023	121,19%
16-nov	3.370.681	178.884	5,60%	736.907	127,98%
23-nov	3.451.050	80.369	2,38%	817.276	131,03%
30-nov	3.525.576	74.526	2,16%	891.802	133,86%
7-dec	3.640.276	114.700	3,25%	1.006.502	138,22%
14-dec	3.711.693	71.417	1,96%	1.077.919	140,93%
21-dec	3.777.039	65.346	1,76%	1.143.265	143,41%
28-dec	3.879.302	102.263	2,71%	1.245.528	147,29%
4-jan	3.893.768	14.466	0,37%	1.259.994	147,84%
11-jan	3.948.530	54.762	1,41%	1.314.756	149,92%
18-jan	4.028.993	135.225	3,42%	1.395.219	152,97%
25-jan	4.090.391	61.398	1,52%	1.456.617	155,31%
1-feb	4.139.132	48.741	1,19%	1.505.358	157,16%
8-feb	4.188.088	97.697	2,36%	1.554.314	159,01%
15-feb	4.257.293	69.205	1,65%	1.623.519	161,64%
22-feb	4.303.764	46.471	1,09%	1.669.990	163,41%
1-mrt	4.358.595	54.831	1,27%	1.724.821	165,49%
8-mrt	4.412.056	53.461	1,23%	1.778.282	167,52%
15-mrt	4.450.373	38.317	0,87%	1.816.599	168,97%
22-mrt	4.507.136	56.763	1,28%	1.873.362	171,13%
Gemm		80.004	2,34%		

De aanmeldingen in het BMNR grafisch weergegeven.



TDA & BMNR

Gezien het feit dat TDA, afhankelijk per opdrachtgever en doelgroep, tussen de 4% & 10% nummers aan het BMNR heeft aangeboden, zijn wij van mening dat de wijze waarop inschrijving in het BMNR aan de consument wordt aangeboden (agressief of conform de WGCC wijze) van grote invloed is op het aantal inschrijvingen in het BMNR. Wij beschouwen onze uitval dan ook als een compliment voor de kwaliteit van de gesprekken en de wijze van communiceren naar de consument.

Persberichten niet bij voorbaat SPAM!

Graag stel ik u op de hoogte van een belangrijke wijziging in een formulering binnen de Telecommunicatiewet, die amper is gecommuniceerd door de OPTA en het BMNR, maar waarvan u wel op de hoogte moet zijn.

Zo heeft de OPTA bij de wijziging van de Telecomwetwet per 1 oktober 2009 aangegeven dat persberichten, die zonder voorafgaande toestemming per e-mail worden gestuurd, al snel als spam gezien zouden worden. Dit leidde bij PR-bureaus en communicatieafdelingen tot angst voor om nog persberichten te versturen, en irritatie bij redacties die werden overspoeld met *opt-in* verzoeken. Op 3 maart jl. kwamen diverse media met het bericht dat de OPTA een wijziging heeft doorgevoerd in de spamwetgeving ten aanzien van persberichten.

De wet is echter niet veranderd, maar op aandringen van de betrokken partijen heeft OPTA wel haar *uitleg* van de wet aangepast.

Zij formuleert die aanpassing als volgt:

'Persberichten van informatieve aard, gestuurd aan journalisten die met dergelijke onderwerpen bezig zijn, zijn in beginsel geen spam. Een persbericht zal sneller als spam worden gezien als het wordt verstuurd aan ontvangers waarvan de verzender niet weet of zij dergelijke berichten willen ontvangen. Bovendien kan een persbericht als spam worden aangemerkt als de boodschap vooral een commercieel, ideëel of charitatief doel heeft. Zo'n doel is niet alleen het verkopen van een product, dienst of idee maar ook het promoten van een bedrijf of een organisatie.'

Om er zeker van te zijn dat u alle persberichten ontvangt die voor uw organisatie relevant zijn kunt u uiteraard nog altijd een e-mailadres op uw website vermelden waar persberichten heen gezonden mogen worden. U kunt daarbij ook aangeven welke persberichten u wel en welke u niet wilt ontvangen.

Wat gebeurt er met bedrijven die zich niet aan de wet houden?

In onze laatste update over het BMNR informeerde wij u over het feit dat de OPTA aan drie bedrijven en één callcenter waarschuwingen had uitgedeeld voor het niet naleven van de Telecommunicatiewet. Helaas is het vervolg op deze waarschuwingen bij ons niet bekend en wij kunnen u daar dan ook niet over informeren.

Dataleveranciers & belbestanden

Waar we u wel over kunnen updaten is dat de OPTA op 7 december jl. ook naar diverse dataleveranciers een brief heeft gestuurd waarin zij nogmaals de regelgeving van de Telecommunicatiewet toelichten en de rol van de dataleveranciers hierin.

In de brief licht de OPTA toe dat de wettelijke verplichting om het register te raadplegen voordat men ongevraagd consumenten telefonisch gaat benaderen altijd geldt, ongeacht de manier waarop de belbestanden zijn verkregen. Dit betekent dus direct dat er bij het gebruik van belbestanden, die verkregen zijn via enquêtes of prijsvragen waarbij de consument door het accepteren van de algemene voorwaarden of een privacystatement (impliciet) toestemming geeft voor het gebruik van hun contactgegevens, er is in dat geval nog steeds sprake is van ongevraagde telefonische benadering en moeten de belbestanden dus eerst worden opgeschoond aan de hand van het register. Uiteraard gelden alle overige regels (zoals het aanbieden van het RVV en het actief benoemen van het BMNR) in deze campagnes.

Slechts wanneer een consument uitdrukkelijk en ondubbelzinnig verzoekt om communicatie is het niet nodig om het register te raadplegen. Desondanks moet nog steeds wel actief het recht van verzet en de mogelijkheid om zich direct in te schrijven in het BMNR worden aangeboden. 'Uitdrukkelijk' houdt in dit verband in dat de consument zelf en op eigen initiatief voor iedere afzonderlijke communicatie op bijvoorbeeld een webformulier een kruisje zet. 'Ondubbelzinnig' betekent dat de consument weet waar hij 'ja' tegen zegt en dus minstens bekend moet zijn met de naam van het bedrijf of de organisatie en het onderwerp van gesprek.

Dit allemaal sluit aan bij de regelgeving voor het verzenden van ongevraagde e-mail (SPAM). Een update over dit onderdeel van de Telecommunicatiewet vindt u in het volgende hoofdstuk.

SPAM

Een ander onderdeel van de Telecommunicatiewet is het ongevraagd versturen van (een aanzienlijke hoeveelheid) e-mails (SPAM). Op dit onderdeel zijn er, in tegenstelling tot telemarketing, het afgelopen half jaar wel diverse boetes uitgedeeld aan bedrijven die zich bezig hielden met het grootschalig versturen van ongewenste e-mails. Enkele van hen zijn uiteindelijk door tussenkomst van de rechtbank weer vrijgesproken. We mogen echter wel concluderen dat de OPTA tot op heden fanatieker is met het uitdelen van boetes binnen het onderdeel e-mail dan het onderdeel outbound telemarketing.

Wij van TDA zijn van mening dat de OPTA haar pijlen meer moet richten op de bedrijven die zich niet aan de code telemarketing van de Telecommunicatiewet houden, aangezien er nog ontzettend veel (grote en toonaangevende) organisaties misbruik van het BMNR maken. Zo (mis)bruiken zij het register bijvoorbeeld om hun klanten daar op grote schaal in geregistreerd te krijgen en zo de concurrentie buiten te sluiten (die mag die betreffende klant/prospect namelijk nooit meer bellen!). Wellicht kunnen wij u in onze volgende update meer informatie geven over welke bedrijven de eerste boetes hebben gekregen.

Op de hoogte blijven?

Wilt u ook in de toekomst op de hoogte worden gehouden van ontwikkelingen binnen de telecommunicatiewet en facilitaire callcenter branche? Schrijf u dan nu snel in voor de TDA nieuwsbrief op <http://www.tda.nl> en houdt onze weblog in de gaten <http://www.tda.nl/blog>

Wilt u meer informatie over TDA? Bekijk dan onze website op <http://www.tda.nl> of neem telefonisch contact op met Sheila Koster.

Tel: 0888 800 800

E-mail: sheila@tda.nl

Linkedin: <http://www.linkedin.com/in/sheilakoster>

Twitter: <http://twitter.com/sheilakoster>