



Autorité de protection des données
Gegevensbeschermingsautoriteit

Advies nr. 23/2025 van 9 april 2025

Betreft: adviesaanvraag met betrekking tot een wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie en het Wetboek van economisch recht zodat reclameoproepen enkel nog zijn toegestaan met uitdrukkelijke toestemming (CO-A-2025-015)

Trefwoorden: telemarketing - direct marketing - opt-in

Vertaling

Inleiding:

Het advies heeft betrekking op een wetsvoorstel dat tot doel heeft de regels voor telefonische oproepen voor direct marketing te wijzigen. Momenteel zijn de regels voor dit soort telefonische oproepen gebaseerd op een zogenaamd "opt-out"-systeem, wat betekent dat ze in principe zijn toegestaan, tenzij de ontvanger van deze oproepen zich hiertegen heeft verzet. Het wetsvoorstel beoogt dit "opt-out"-systeem te vervangen door een zogenaamd "opt-in"-systeem, wat inhoudt dat de afzenders van deze oproepen voorafgaande toestemming van de betrokkenen moeten verkrijgen om hen voor directmarketingdoeleinden te mogen bellen. Daartoe voorziet het wetsontwerp in de wijziging van bepalingen van de wet van 13 juni 2005 betreffende elektronische communicatie en van het Wetboek van economisch recht.

De Autoriteit heeft geen opmerkingen over de inhoud van het voorstel, namelijk de invoering van een opt-inregeling voor het ontvangen van telemarketingoproepen. De Autoriteit maakt echter een aantal opmerkingen over enerzijds de formulering en de samenhang van het voorstel en anderzijds de doeltreffendheid van de beoogde maatregel. In dit verband wijst de Autoriteit de aanvrager erop dat de doeltreffendheid van de opt-in intrinsiek verband houdt met het vermogen van telemarketeers om geldige toestemming in de zin van de AVG te verkrijgen, en beveelt zij met name aan om een overgangsperiode tussen de opt-outregeling en de opt-inregeling in te lassen om (onder meer) laatstgenoemden de tijd te geven om passende maatregelen te nemen voor het verkrijgen van geldige toestemming.

Voor een uitputtende lijst van opmerkingen, zie het [dispositief](#).

Voor normatieve teksten die uitgaan van de federale overheid, het Brussels Hoofdstedelijk Gewest en de Gemeenschappelijke Gemeenschapscommissie zijn de adviezen in principe zowel in het Nederlands als in het Frans beschikbaar op de website van de Autoriteit. De 'originele versie' is de versie die collegiaal gevalideerd werd.

De Autorisatie- en Adviesdienst van de Gegevensbeschermingsautoriteit (hierna "de Autoriteit");

Gelet op de wet van 3 december 2017 *tot oprichting van de Gegevensbeschermingsautoriteit*, met name de artikelen 23 en 26 (hierna "WOG");

Gelet op Verordening (EU) 2016/679 *van het Europees Parlement en de Raad van 27 april 2016 betreffende de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens en tot intrekking van Richtlijn 95/46/EG* (hierna "AVG");

Gelet op de wet van 30 juli 2018 *betreffende de bescherming van natuurlijke personen met betrekking tot de verwerking van persoonsgegevens* (hierna "WVG");

Gelet op de adviesaanvraag van de heer Peter De Roover, voorzitter van de Kamer van volksvertegenwoordigers, (hierna "de aanvrager"), ontvangen op 19 februari 2025;

Gelet op de aanvullende informatie ontvangen op 10 en 24 maart 2025;

Brengt op 9 april 2025 het volgende advies uit:

I. ONDERWERP EN CONTEXT VAN DE AANVRAAG

1. Op 19 februari 2025 heeft de aanvrager het advies van de Autoriteit gevraagd over een wetsvoorstel tot wijziging van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie en het Wetboek van Economisch Recht, zodat reclameoproepen enkel nog zijn toegestaan met uitdrukkelijke toestemming (het "**voorstel**").
2. Het voorstel beoogt de regels te wijzigen die van toepassing zijn op telefonische oproepen met menselijke tussenkomst voor direct marketingdoeleinden (de zogenaamde "**telemarketingoproepen**").
3. Momenteel zijn de regels gebaseerd op een zogenaamd "opt-out"-systeem, wat betekent dat telemarketingoproepen zijn toegestaan, tenzij de personen voor wie ze bestemd zijn, zich hiertegen hebben verzet. De ontvangers hebben de mogelijkheid om zich tegen telemarketingoproepen te verzetten, hetzij rechtstreeks bij de afzenders van deze oproepen, hetzij op een geconsolideerde manier door hun telefoonnummer(s) op de "Bel-me-niet-meer"-lijst te plaatsen. Telemarketingoproepen naar een nummer dat op deze lijst staat zijn verboden¹. Dit verbod wordt aangevuld met een verplichting om deze lijst te raadplegen voorafgaand aan een telemarketingoproep.
4. **Het wetsvoorstel beoogt dit opt-outsysteem te vervangen door een zogenaamd "opt-in"-systeem, waarbij telemarketingoproepen verboden zijn, tenzij de betrokkenen vooraf toestemming hebben gegeven om te worden gecontacteerd.** De concretisering van de overgang van het opt-outsysteem naar het opt-insysteem, zoals beoogd in het voorstel, berust met name op de **intrekking van artikel VI.112 van het Wetboek van economisch recht (het "WER") en de wijziging van artikel VI.110 van het WER**, teneinde de regels inzake opt-out te schrappen en de regels inzake opt-in in te voegen. Meer in het bijzonder voorziet het voorstel dat artikel VI.110 van het WER als volgt wordt gewijzigd:

- de tweede paragraaf wordt vervangen door het volgende, teneinde de algemene opt-inregel in te voeren:

"§ 2. Paragraaf 1² is van overeenkomstige toepassing op het gebruik van andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing. Bij het gebruik van andere telefonische

¹ Dit verbod wordt beperkt door een uitzondering voor "oproepen naar telefoonnummers van abonnees die aan de persoon die telefonische oproepen om redenen van direct marketing doet of namens wie dergelijke oproepen worden gedaan, zijn uitdrukkelijke toelating hebben verleend om zijn persoonsgegevens voor dergelijke doeleinden te gebruiken" (artikel VI.112, § 2, van het Wetboek van economisch recht).

² Deze bepaalt: "*Het gebruik van geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en het gebruik van faxen met het oog op direct marketing, zijn verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke en geïnformeerde toestemming van de geadresseerde van de boodschap.*"

communicatie met het oog op direct marketing, geeft de afzender de desbetreffende geadresseerde bij iedere boodschap duidelijk en expliciet de gelegenheid om kosteloos en op gemakkelijke wijze verzet aan te tekenen tegen het gebruik van zijn contactgegevens. »

- de derde paragraaf wordt vervangen door het volgende, teneinde de opt-inregel te beperken door de uitzondering van soft opt-in:

"§ 3. In afwijking van paragraaf 1 en paragraaf 2, kan een afzender die kan aantonen dat hij gebruikmaakt van elektronische contactgegevens die hij heeft verkregen van zijn klanten in het kader van de verkoop van een product of dienst, die elektronische contactgegevens gebruiken voor direct marketing communicatie voor commerciële doeleinden ten behoeve van eigen gelijksoortige producten of diensten tot maximaal drie jaar na de koop of na afloop van het contract, mits de afzender de betreffende geadresseerde duidelijk en expliciet de gelegenheid heeft geboden om kosteloos en op gemakkelijke wijze verzet aan te tekenen tegen het gebruik van die elektronische contactgegevens:

1° op het ogenblik dat zij worden verzameld;

2° en ingeval de abonnee of gebruiker zich bij de verzameling niet tegen het gebruik heeft verzet, bij elke verzonden boodschap."

- De vierde paragraaf wordt vervangen door het volgende:

"§ 4. Bij direct marketing communicatie voor commerciële doeleinden zoals bedoeld in paragraaf 3, is het verboden de identiteit van de onderneming, uit naam waarvan de communicatie plaatsvindt, te verbergen."

5. Het voorstel bevat nog andere wijzigingen om de samenhang van het systeem te waarborgen: (i) de opheffing van artikel I.8. 48 van het WER met daarin een definitie van de "Bel-me-niet-meer"-lijst; (ii) de opheffing van artikel VI. 114 van het WER over het beheer en de verstrekking van de "Bel-me-niet-meer"-lijst; (iii) de opheffing van de laatste zin van de eerste paragraaf en van punt 3° van de zesde paragraaf van artikel 106/2 van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie (de "**wet van 13 juni 2005**"), die betrekking hebben op de invoering van de "Bel-me-niet-meer"-

De persoon die zijn toestemming heeft gegeven kan deze te allen tijde terugtrekken, zonder daarvoor een reden op te geven en zonder dat hem daarvoor enige kosten kunnen worden ten laste gelegd.

De bewijslast dat om de overgebrachte communicatie werd verzocht via een techniek vermeld in of vastgesteld met toepassing van deze paragraaf, berust op de afzender.

Bij een besluit, vastgesteld na overleg in de Ministerraad, kan de Koning het verbod bedoeld in het ^{eerste} lid uitbreiden tot andere dan de aldaar vermelde communicatietechnieken, rekening houdend met de evolutie ervan."

lijst, en (iv) de wijziging van punt 16° van artikel XV.83 van het WER over sancties voor niet-naleving van de regels inzake telemarketing (met name om verwijzingen naar ingetrokken bepalingen te verwijderen).

II. ONDERZOEK VAN DE ADVIESAANVRAAG

6. De Autoriteit heeft **geen commentaar bij de inhoud van de in het voorstel beoogde maatregel**, namelijk de overgang van een opt-outregeling naar een opt-inregeling voor telemarketingoproepen. Enerzijds is die in overeenstemming met het Europees recht, aangezien de Europese wetgever de nationale wetgever de vrijheid laat om te kiezen tussen een opt-out- en een opt-insysteem.³ Anderzijds biedt het opt-insysteem a priori een betere bescherming van het recht op privacy en de bescherming van persoonsgegevens van burgers. Toch heeft de Autoriteit een aantal opmerkingen. Een eerste groep opmerkingen heeft tot doel de **formulering en de samenhang van het voorstel** te verbeteren. Een tweede groep opmerkingen betreft de **doeltreffendheid van de voorgestelde maatregel**, rekening houdend met de vereisten van de AVG.

a. Formulering en samenhang van het voorstel

- De "andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing"
7. Het voorstel verwijst naar telemarketingoproepen met de woorden "*andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing*". De Autoriteit begrijpt dat deze woorden in feite betrekking hebben op telefonische oproepen met menselijke tussenkomst die worden gevoerd voor direct marketingdoel-einden, hetgeen de afgevaardigde van de aanvrager in een e-mail van 10 maart 2025 heeft bevestigd. De Autoriteit is van mening dat dit niet duidelijk blijkt uit de woorden "*andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing*", in het bijzonder voor personen die onbekend zijn met direct-marketingcommunicatie. Zo kan de uitdrukking "telefonische communicatie" in algemene zin ook betrekking hebben op sms-berichten (naast telefonische oproepen). Direct marketing via sms is echter al geregeld in artikel XII.13 van het WER en het voorstel beoogt op dit punt geen wijzigingen aan te brengen. Iemand die niet goed op de hoogte is van de verschillende regels die van toepassing zijn, zou door het gebruik van de uitdrukking "*andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing*" kunnen worden misleid en denken dat dit ook betrekking heeft op sms-berichten. **Om de duidelijkheid en de leesbaarheid van het voorstel te verbeteren, verzoekt de Autoriteit de aanvrager de woorden "*andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing*" te vervangen door "*telemarketingoproepen*", en in artikel I.8 van het WER een**

³ Zie artikel 13.3 van Richtlijn 2002/58/EG van 12 juli 2002 betreffende de verwerking van persoonsgegevens en de bescherming van de persoonlijke levenssfeer in de sector elektronische communicatie.

definitie in te voegen voor "telemarketingoproepen". Deze definitie zou bijvoorbeeld als volgt kunnen worden geformuleerd: *"telemarketingoproep: een telefonische oproep met menselijke tussenkomst voor direct marketingdoeleinden"*.

- De "boodschap"

- De tweede zin van artikel 4, 1°, van het voorstel is als volgt geformuleerd: *"Bij het gebruik van andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing, geeft de afzender de desbetreffende geadresseerde bij iedere boodschap duidelijk en expliciet de gelegenheid om kosteloos en op gemakkelijke wijze verzet aan te tekenen tegen het gebruik van zijn contactgegevens"*. Om te verduidelijken wat de aanvrager onder het begrip "boodschap" verstaat, heeft de Autoriteit hem verzocht te bevestigen dat dit begrip betrekking heeft op telefonische oproepen met menselijke tussenkomst voor directmarketingdoeleinden, hetgeen de afgevaardigde van de aanvrager in een e-mail van 24 maart 2025 heeft bevestigd. **In dit verband verzoekt de Autoriteit de aanvrager de term "boodschap", die tot verwarring kan leiden, te vervangen door de gedefinieerde term "telemarketingoproep"** (voor zover de aanvrager de aanbeveling van de Autoriteit in het vorige punt om dit begrip te definiëren, opvolgt). **Deze toelichting en deze aanbeveling zijn mutatis mutandis van toepassing op het gebruik van het begrip "boodschap" in artikel 4, 2°, van het voorstel** (wanneer wordt verwezen naar "elke verzonden boodschap").

- De begrippen "verzender" en "onderneming"

- De term "verzender" komt twee keer voor (artikel 4, 1° (voorstel voor een nieuw artikel VI.110, § 2, van het WER) en artikel 4, 2° (voorstel voor een nieuw artikel VI.110, § 3, van het WER)) en de term "onderneming" komt één keer voor (voorstel voor een nieuw artikel VI.110, § 4, van het WER) om aan te duiden wat dezelfde persoon lijkt te zijn, namelijk de persoon die het initiatief heeft genomen voor de telemarketingoproepen. Omwille van de duidelijkheid **beveelt de Autoriteit aan om de gebruikte terminologie te uniformeren en te kiezen tussen de termen "verzender" en "onderneming"**. Om een keuze te maken, beveelt de Autoriteit de aanvrager aan rekening te houden met het feit dat de term "onderneming" reeds is gedefinieerd in artikel I.8, 39° van het WER en dat de term "verzender" niet is gedefinieerd (indien deze term wordt gekozen, beveelt de Autoriteit aan deze te definiëren om onzekerheid over de reikwijdte ervan te voorkomen).

- De situatie van artikel VI.111 van het WER

- Bij nadere bestudering van het ontwerp constateerde de Autoriteit dat er geen wijziging van artikel VI.111 van de CDE was voorzien. Dit artikel bepaalt:

“Elke operator informeert zijn abonnee en de gebruiker over de mogelijkheid om op elk ogenblik mee te delen dat zij zich verzetten tegen het gebruik van het telefoonnummer of de telefoonnummers die hen zijn toegekend voor redenen van telefonische direct marketing. Bij het aangaan van de overeenkomst vestigt de operator de aandacht van de abonnee en de gebruiker op een uitdrukkelijke en opvallende wijze op dit recht.

Elke operator vermeldt daarbij eveneens de website van de centrale nummerdatabank, bedoeld in artikel 106/2 van de wet van 13 juni 2005 betreffende de elektronische communicatie, alsook het telefoonnummer via hetwelk de abonnee en de gebruiker hun recht op verzet, zoals bedoeld in het eerste lid, kunnen uitoefenen.

De informatie bedoeld in het eerste en tweede lid wordt minstens vermeld op de website en in de algemene voorwaarden van de operator. Deze vermeldingen zijn eenvoudig en snel toegankelijk en duidelijk zichtbaar.”

11. De Autoriteit heeft de aanvrager gevraagd of het de bedoeling is artikel VI.111 van het WER in het kader van de invoering van het opt-insysteem in te trekken of te wijzigen. In een e-mail van 10 maart antwoordde de aanvrager: *"Het lijkt ons wel nuttig dat artikel VI.111 in de wet blijft staan, aangezien het voorziet dat operatoren bepaalde informatie op hun website plaatsen, wat goed zal blijven voor de transparantie naar de consument toe".* De Autoriteit heeft de afgevaardigde van de aanvrager hierover opnieuw ondervraagd, aangezien het op zijn minst relevant zou zijn om de verwijzing in het tweede lid naar *"het telefoonnummer via hetwelk de abonnee en de gebruiker hun recht op verzet, zoals bedoeld in het eerste lid, kunnen uitoefenen"* te wijzigen, aangezien het gaat om het telefoonnummer waarop een persoon zijn opt-out kan uitoefenen in de huidige regeling. In een e-mail van 24 maart 2025 antwoordde de aanvrager het volgende: *"We hebben dit artikel inderdaad verder bekeken en zouden daar wijzigingen aan moeten doen. We zijn het er nog niet over eens om het volledig te schrappen of te wijzigen zoals u voorstelt, maar er zal via amendement wel zeker nog een aanpassing aan worden gedaan. We kunnen eventueel de verplichting voor telecomoperatoren om nog te informeren in een ander artikel toevoegen."* **De Autoriteit neemt akte van dit antwoord.**

b. Doeltreffendheid van de voorgestelde maatregel

- Toestemming

12. Opt-in vereist dat de ontvangers van telemarketingoproepen vooraf toestemming geven voor het ontvangen van telemarketingoproepen. Bijgevolg moeten de personen die als verwerkingsverantwoordelijke in de zin van artikel 4.7 van de AVG met betrekking tot telemarketingoproepen moeten worden beschouwd, kunnen aantonen dat zij een vrije, specifieke, geïnformeerde en ondubbelzinnige

toestemming in de zin van artikel 4.11 van de AVG (een "**geldige toestemming**") hebben verkregen. Momenteel bepaalt artikel VI.110, § 1, eerste lid, waarvan het voorstel voorziet dat het van toepassing zal zijn op telemarketingoproepen, dat de toestemming "*vrij, specifiek en geïnformeerd*" moet zijn. De Autoriteit merkt op dat deze bepaling de vereiste van ondubbelzinnigheid uit de AVG niet bevat en verzoekt de aanvrager in dit verband **artikel VI.110, eerste lid, van het WER te wijzigen om aan deze vereiste te voldoen**. Dit lid zou dan als volgt worden geformuleerd: "*Het gebruik van geautomatiseerde oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst en het gebruik van faxen met het oog op direct marketing, zijn verboden zonder de voorafgaande, vrije, specifieke, ondubbelzinnige en geïnformeerde toestemming van de ontvanger van de boodschap.*"

13. Om te voorkomen dat de voorgenomen maatregel contraproductief werkt, acht de Autoriteit het bovendien **verstandig het voorstel te laten bepalen dat het verboden is om telefonische oproepen te doen om de toestemming van de betrokkenen voor het ontvangen van telemarketingoproepen te verkrijgen**. Dit zou tot doel hebben de volgende punten aan te pakken:

- Het toestaan van dit soort oproepen zou in de praktijk leiden tot een minder gunstige situatie voor mensen die nooit gestoord willen worden door telemarketingoproepen en die momenteel op de "Bel-me-niet-meer"-lijst staan. In een dergelijk scenario zouden deze personen namelijk lastiggevalen worden met telefoontjes, terwijl ze momenteel (in principe) dankzij hun inschrijving op de "Bel-me-niet-meer"-lijst van dit soort telefoontjes gevrijwaard blijven. De Autoriteit wijst er in dit verband op dat volgens de toelichting in het voorstel tussen 1 januari 2021 en 8 april 2024, 286 421 nummers op deze lijst zijn geregistreerd.
- Het toestaan van dit soort oproepen zou het voorstel ten dele zinloos maken. In de toelichting bij het voorstel wordt namelijk het volgende vermeld: "*In het opt-insysteem is het duidelijk dat er toestemming is gegeven of sprake is van een klantenrelatie* (de Autoriteit verduidelijkt dat het tweede deel van het alternatief betrekking heeft op de uitzondering van soft opt-in)". De Autoriteit stelt vast dat dit resultaat niet zou kunnen worden bereikt indien het zou worden toegestaan om telefonisch toestemming te vragen. Bovendien kan niet worden uitgesloten dat sommige telemarketeers dit soort oproepen gebruiken om het verbod op telemarketingoproepen zonder voorafgaande toestemming te omzeilen door hun telemarketingoproepen te vermommen als telefoontjes om toestemming voor telemarketing te verkrijgen.

14. In dit verband verzoekt de Autoriteit de aanvrager **een nieuwe paragraaf toe te voegen tussen de paragrafen 2 en 3 van artikel VI.110 van het WER, zoals herzien in artikel 4 van het voorstel, om dit punt weer te geven**. Deze nieuwe paragraaf zou bijvoorbeeld als volgt kunnen worden geformuleerd: "*Het is verboden om telefonische oproepen te doen om toestemming te*

verkrijgen voor het ontvangen van telemarketingoproepen ⁴. **Deze regel kan gedurende een redelijke overgangsperiode worden versoepeld voor bestaande klanten van wie het nummer niet is opgenomen in de "Bel-me-niet-meer"-lijst zodat ondernemingen (vóór de inwerkingtreding van de opt-inregeling) nog een laatste keer telefonisch contact kunnen opnemen met deze personen om hun toestemming of bezwaar tegen het ontvangen van telemarketingoproepen in het kader van de opt-inregeling te verzamelen.**

15. **De Autoriteit is van mening dat de invoering van een overgangsperiode ook de doeltreffendheid en naleving van de opt-inregeling zou versterken.** Deze regeling kan immers alleen doeltreffend zijn voor zover de verwerkingsverantwoordelijken in staat zijn om geldige toestemming te verzamelen en het bewijs van het verkrijgen van deze toestemming te bewaren. Momenteel hebben telemarketeers geen maatregelen getroffen om toestemming te verkrijgen voor het ontvangen van telemarketingoproepen, aangezien het systeem gebaseerd is op opt-out. De implementatie van de opt-inregeling vereist dus dat zij maatregelen nemen om geldige toestemming te verkrijgen (en het bewijs daarvan te bewaren) en daarvoor de nodige middelen inzetten.
16. In deze context, en om tegemoet te komen aan de hierboven genoemde bedenkingen (paragrafen 14 en 15), **beveelt de Autoriteit de aanvrager aan om in het voorstel een overgangsperiode van redelijke duur (waarvan de redelijkheid in de toelichting bij het voorstel moet worden gemotiveerd) op te nemen tussen de huidige regeling en de voorgenomen regeling. De Autoriteit neemt in dit verband kennis van het antwoord van de afgevaardigde van de aanvrager**, dat op 24 maart 2025 per e-mail is ontvangen, met betrekking tot de wenselijkheid van een overgangsperiode: *"Tot slot begrijpen we nog steeds jullie bedenkingen in verband met de overgangstermijn. Daar zitten we zelf ook nog mee en kunnen we helaas geen sluitend antwoord bieden. We onderzoeken daar ook nog verder hoe Nederland dat heeft aangepakt en we voorzien daar nog gesprekken met de operatoren."*

- Identiteit van de onderneming uit naam waarvan de telemarketingoproep plaatsvindt

17. Artikel 4, 3°, van het voorstel bepaalt dat bij telemarketingoproepen die onder de uitzondering van soft opt-in vallen, het verboden is de identiteit van de onderneming⁵ uit naam waarvan de communicatie plaatsvindt, te verbergen. Ten eerste vraagt de Autoriteit zich af waarom de regel alleen van toepassing is op telemarketingoproepen die onder de uitzondering van soft opt-in vallen en niet op alle telemarketingoproepen. Het feit dat voorafgaande toestemming is verkregen in het geval van telemarketingoproepen die onder de opt-in-regels vallen, betekent niet noodzakelijkerwijs dat de

⁴ Over het gebruik van die term, zie hieronder, punt 7.

⁵ Over het gebruik van die term, zie hieronder, punt 9.

identiteit van de onderneming uit naam waarvan de telemarketingoproep wordt gedaan, niet wordt verborgen. Ten tweede, en nog fundamenteeler, **is de Autoriteit van mening dat een passief verbod op achterhouding niet volstaat**. De doeltreffendheid van het door de aanvrager beoogde nieuwe systeem berust immers op het vermogen van de ontvanger van telemarketingoproepen om duidelijk de identiteit vast te stellen van de onderneming uit naam waarvan de telemarketingoproep wordt gedaan. Als deze onderneming niet correct kan worden geïdentificeerd, kunnen de ontvangers hun rechten niet correct uitoefenen (zowel de rechten uit hoofde van artikel VI.110 van het WER, zoals herzien in het voorstel, als de rechten die hun door de AVG worden toegekend). De Autoriteit merkt overigens op dat artikel XII.12, 2°, van het WER met betrekking tot reclame via e-mail, zoals geregeld in boek XII van het WER, bepaalt: "*de natuurlijke of rechtspersoon voor wiens rekening de reclame geschiedt, is duidelijk te identificeren*".

18. In dit verband verzoekt de Autoriteit de aanvrager **artikel 4, 3°, te wijzigen om daarin een actieve verplichting op te nemen om de identiteit bekend te maken van de onderneming uit naam waarvan de telemarketingoproep wordt gedaan**. Deze wijziging zou met name de vorm kunnen aannemen van de volgende wijziging in § 4 van artikel VI.110 van het WER, zoals overwogen in het voorstel: "*Bij een telemarketingoproep moet de identiteit van de onderneming uit naam waarvan de telemarketingoproep wordt gedaan, altijd aan de ontvanger van de oproep worden bekendgemaakt.*" De Autoriteit herinnert er bovendien aan dat overeenkomstig de AVG (artikel 13 of 14) de verwerkingsverantwoordelijke een reeks informatie (waaronder de identiteit van de verwerkingsverantwoordelijke) aan de betrokkenen moet verstrekken en dat het aan de verwerkingsverantwoordelijke is om te bewijzen dat de informatie daadwerkelijk aan de betrokkenen is verstrekt.

- Bestaande klanten

19. Ook de situatie van bestaande klanten (dat wil zeggen klanten van wie de gegevens zijn verkregen onder de opt-outregeling) verdient aandacht.
20. Ten eerste stelt de Autoriteit bij lezing van het voorstel voor een nieuw artikel VI.110, § 3, van het WER vast dat de daarin beschreven uitzondering van soft opt-in niet van toepassing kan zijn op bestaande klanten, aangezien de mogelijkheid om zich te verzetten tegen het gebruik van hun elektronische contactgegevens voor telemarketingdoeleinden hun niet is geboden op het moment dat deze werden verzameld, omdat de huidige wetgeving voorziet in een opt-outsysteem. De afgevaardigde van de aanvrager heeft overigens per e-mail van 10 maart 2025 bevestigd dat het inderdaad correct is om te concluderen dat de uitzondering van soft opt-in niet kan worden toegepast op bestaande

klanten.⁶ **De Autoriteit neemt hiervan akte en verzoekt de aanvrager dit in de toelichting bij het voorstel te verduidelijken.**

21. Ten tweede wil de Autoriteit de aanvrager erop wijzen dat de overschakeling van opt-out naar opt-in in de praktijk waarschijnlijk tot gevolg zal hebben dat ondernemingen die telemarketingoproepen naar hun bestaande klanten willen blijven doen, deze zullen contacteren om hun toestemming te verkrijgen. Het is dus te verwachten dat burgers in dezelfde periode een reeks e-mails of andere soorten communicatie⁷ zullen ontvangen waarin om hun toestemming wordt gevraagd. Dit kan door de betrokkenen als opdringerig worden ervaren en een gevoel van vermoeidheid oproepen, waardoor zij de ontvangen berichten niet meer lezen, wat van invloed kan zijn op de geldigheid van de gegeven toestemming. De afgevaardigde van de aanvrager heeft hierover per e-mail van 10 maart 2025 het volgende verklaard: *"Voor de overgang tussen de opt-out en opt-in zal er inderdaad moeten worden bekeken of dat klanten hun toestemming geven via e-mail of dat ze bij de volgende keer dat ze gecontacteerd worden via direct marketing, gewoon hun verzet aantekenen en zich uitschrijven. Men zal hier moeten bekijken wat voor de consumenten en operatoren het meest wenselijk is."* **De Autoriteit neemt akte van het antwoord van de aanvrager.**

- Andere denkpiste

22. Voor het overige is de Autoriteit van mening dat het, ter bescherming van de rust en de privacy van burgers in ruime zin, nuttig zou kunnen zijn dat het voorstel, in aanvulling op de reeds in het voorstel opgenomen regels en de hierboven geformuleerde opmerkingen daarover, voorziet in een **beperking van telemarketingoproepen tot bepaalde tijdvensters**. Zo zou bijvoorbeeld kunnen worden bepaald dat telemarketingoproepen zijn toegestaan van maandag tot en met zaterdag (behalve op feestdagen) tussen 9.30 en 18.30 uur, tenzij de betrokkenen uitdrukkelijk toestemming hebben gegeven om buiten deze tijdvensters te worden gecontacteerd. In een dergelijk geval zou het bewijs van deze toestemming moeten worden geleverd door de onderneming op wier initiatief de telemarketingoproep wordt gedaan.

OM DEZE REDENEN,

is de Autoriteit van mening dat de volgende aanpassingen in het wetsvoorstel moeten worden aangebracht:

⁶ " Voor bestaande klanten kan de regel gelden dat zij inderdaad de vraag krijgen of zij een opt-in willen doen of niet ."

⁷ Over het gebruik van telefonische oproepen als communicatiemiddel verwijst de Autoriteit naar de toelichting bij de punten 13-16.

- vervangen in het voorstel van de woorden "*andere telefonische communicatie met het oog op direct marketing*" door "*telemarketingoproepen*" en invoegen van een definitie van "*telemarketingoproepen*" in artikel I.8 van het WER (punt 7);
- vervangen van de term "boodschap" in het voorstel door de gedefinieerde term "telemarketingoproep" (punt 8);
- uniformeren van de gebruikte terminologie en kiezen tussen de termen "verzender" en "onderneming" (punt 9);
- opheffen of wijzigen van artikel VI.111 van het WER om de samenhang ervan in een opt-insysteem te garanderen (punten 10-11);
- wijzigen van artikel VI.110, eerste lid, van het WER, om erin op te nemen dat de toestemming ondubbelzinnig moet zijn (punt 12);
- bepalen dat het verboden is om telefonische oproepen te doen met het doel toestemming te verkrijgen van de betrokkenen om telemarketingoproepen te ontvangen (punt 13);
- zorgen voor een overgangsperiode tussen de opt-outregeling en de opt-inregeling om telemarketeers:
 - i. de mogelijkheid te bieden om nog een laatste keer telefonisch contact op te nemen met hun bestaande klanten waarvan het nummer niet is opgenomen in de "Bel-me-niet-meer"-lijst om hun toestemming te vragen voor het ontvangen van telemarketingoproepen onder het opt-insysteem (punten 14 en 16); en
 - ii. de tijd te geven om de maatregelen te treffen die nodig zijn om ervoor te zorgen dat het verzamelen van toestemming in overeenstemming met de AVG gebeurt (punten 15 en 16);
- wijzigen van artikel 4, 3°, om daarin een actieve verplichting op te nemen om de identiteit bekend te maken van de onderneming uit naam waarvan de telemarketingoproep wordt gedaan (punten 17 en 18); en
- verduidelijken in de toelichting bij het voorstel dat de uitzondering van soft opt-in niet van toepassing kan zijn op bestaande klanten (punt 20).

Voor het overige verzoekt de Autoriteit de aanvrager te overwegen om de tijdvensters waarin telemarketingoproepen toegelaten zijn te beperken, tenzij de betrokkene uitdrukkelijk toestemming heeft gegeven om buiten deze tijdvensters te worden gecontacteerd (punt 22).

Voor de Autorisatie- en Adviesdienst,
(get.) Cédrine Morlière, directeur