

# 'Duizenden banen op de tocht door verbod verkooptelefoontje'

8 OKTOBER 2018

AANGEPAST OM 12:59

BINNENLAND, POLITIEK



ANP

Het voorstel van staatssecretaris Mona Keijzer (Economische Zaken) om ongevraagde telefonische verkoop te verbieden, kan de telemarketingssector duizenden banen kosten. Dat voorspelt Nikos van der Laan, eigenaar van het Apeldoornse telemarketingsbedrijf Convins.

"Zeker de grote callcenters met meer dan honderd 'seats' zullen zwaar getroffen worden", aldus Van der Laan. Volgens hem zal er in die callcenters door de nieuwe wet minder werk zijn. "Dat treft het personeel. En dan doel ik niet alleen op de huisvaders en -moeders die in de avonden wat bijverdienen, maar ook op jongeren."

Van der Laan benadrukt dat zijn bedrijf niet zwaar getroffen zal worden. Zijn personeel belt vooral naar bedrijven. "Maar ik vraag me dus af in hoeverre er bij dit voorstel is nagedacht over de gevolgen voor bijvoorbeeld de werkgelegenheid."

Ook marketingdeskundige Paul Moers denkt dat de wet een flinke streep door de rekening is voor veel telemarketingsbedrijven. "Dit is een hele goede manier om consumenten te beschermen. Ongevraagde verkooptelefoontjes zijn nog steeds een hele kosteneffectieve en interessante manier om klanten te werven."

## Bel-me-nietregister

Iedere consument kan op dit moment nog gebeld worden door telemarketeers, tenzij hij of zij zich heeft geregistreerd in het bel-me-nietregister. Op dat register is al jaren kritiek. Zo konden mensen die zich geregistreerd hadden alsnog gebeld worden als ze oud-klanten van een bedrijf waren.

Dat leidde tot verwarring, zo blijkt ook uit de vele reacties op de Facebookpagina van de NOS, waar verheugd wordt gereageerd op het verbod op het ongevraagde bellen. "Het bel-me-niet' register werkt zeker andersom! Als je je registreert word je alsnog gebeld!", schrijft iemand.

"Dat vonden wij ook erg vreemd", zegt een woordvoerder van de Consumentenbond. De bond kreeg jaarlijks veel klachten van consumenten die zich ergerden aan telefonische verkoop. In het plan van Keijzer mogen consumenten juist niet gebeld worden, tenzij ze bijvoorbeeld op een website van een bedrijf specifiek hebben aangevinkt wel gebeld te willen worden; een zogenoemde 'opt-in'.

### **We konden en wilden niet om de irritatie bij consumenten heen.**

Geeske te Gussinklo, directeur Klantenservice Federatie

Geeske te Gussinklo, directeur van brancheorganisatie Klantenservice Federatie, had liever dat de regulering aan de markt was overgelaten. "Maar we konden en wilden ook niet om de irritatie bij consumenten heen", zegt ze op NPO Radio 1.

"Daarom hebben we diverse voorstellen gedaan in goede gesprekken met het ministerie. Dit is de uitkomst daarvan. Het is nu aan bedrijven die ingericht zijn om via dit kanaal klanten te werven andere strategieën te bedenken. Dat vraagt om wat meer inventiviteit."

### **'Maatregel voor de Bühne'**

Fu Man, directeur van telemarketingsbedrijf i-Calling in Rotterdam, vindt het voorstel van Keijzer vooral een maatregel voor de Bühne. Volgens hem is 'koud bellen', zoals het ongevraagd telefonisch benaderen van mensen heet in telemarketingsjargon, al een tijdje uit de gratie in zijn wereld. Met zijn bedrijf belt hij vooral nog voor bedrijven naar bedrijven en worden consumenten enkel nog gericht benaderd.

### **'Koud bellen' doen we al jaren niet meer. Dat is net als op de bonnefooi de stad in gaan en hopen je bruid te vinden.**

Fu Man van telemarketingsbedrijf i-Calling

"Koud bellen doen we al jaren niet meer. Als je 100 particulieren belt, zeggen er 99 nee. Dat is net als op de bonnefooi de stad in gaan en hopen je bruid te vinden. Het is niet effectief. En als je ziet dat je iets niet moet doen, bedenk je wat anders. Telemarketing evolueert voortdurend."

Hij verwacht daarom ook niet net zoals zijn collega Nikos van der Laan dat de maatregel veel banen gaat kosten. "Of dat moet dan bij de bedrijven zijn die niet zijn mee-ontwikkeld, en die wil je eigenlijk ook van de markt hebben."