

Wijziging wetgeving e-mailmarketing



Jeroen van scherpenzeel (j.vanscherpenzeel@twovisions.nl)

Onderwerpen

- Wat is de huidige situatie en met welke wetten hebben we te maken?
- Wat staat er in de gewijzigde wet?
- Voor wie is dit van toepassing?
- Wie zorgt er voor de handhaving van de wet en hoe gaat men dat doen?
- Staan er sancties op als je de regels niet naleeft?
- Praktijkvoorbeelden
- Hoe kun je omgaan met deze nieuwe wet?



Huidige situatie spamverbod



- In 1998 kwam er een spamverbod (niet voor e-mail)
- In 2004 kwam er een uitbreiding naar e-mail
- De Hoofdregel vastgelegd in artikel 13 van de bijzondere privacyrichtlijn voor de elektronische communicatiesector (2002/58/EG)
- Geïmplementeerd in de telecommunicatiewet, artikel 11.7 (Hoofdstuk 11: Bescherming van persoonsgegevens en de persoonlijke levenssfeer (eindgebruikersbelangen))

Doel aanpassing per 1 juli 2009:

Vooraf om last bij bedrijven te verminderen.



Enkele termen uit de wet nader verklaard

Elektronische berichten

Tekst-, spraak-, geluids- of beeldbericht via elektronisch comm.netwerk (art.11.1, aanhef en onder i, Tw) bijvoorbeeld: e-mail, sms, mms, vm-bericht, nieuwsbrief

De doeleinden

- Commercieel
- Ideëel
- Charitatief

Hoe vraag ik op een goede manier toestemming?

Wet op de Persoonsbescherming, Artikel 1 (h):

Een vrije, specifieke en op informatie beruste wilsuiting, waarbij de betrokkene aanvaardt dat zijn persoonsgegevens worden verwerkt.



Met welke instanties heb ik te maken?

De OPTA

- Handhaving op dezelfde manier als dat nu al bij natuurlijke personen geldt
- Het is een bestuursrechtelijke aanpak en geen strafrecht
- De OPTA kan boetes uitdelen
- De OPTA beslist zelf en achteraf toetsing via rechter

College Bescherming Persoonsgegevens

Handhaaft de Wet bescherming persoonsgegevens (Wbp)

Reclame Code Commissie



Wat zijn 'persoonsgegevens'?

- De gegevens bevatten informatie over een natuurlijke persoon
- De persoon is identificeerbaar

Wat zijn de gevolgen?

1. Wie kan ik bereiken met welke boodschap?
2. Eenmanszaken, VOF's worden in nieuwe wet gezien als consumenten
3. Het CRM of het relatiebestand
4. Promotionele campagnes voor het uitbreiden van je bestand (virale campagne, mail-a-friend)

“De afzender moet volledige inzage hebben in het bericht dat namens hem wordt verzonden, zodat hij de verantwoordelijkheid kan nemen voor de persoonlijke inhoud van het bericht.”



Oordeel Opta en CBP over tell-a-friend systemen



Kansen en voordelen nieuwe wet

1. Elke vorm van elektronische communicatie wordt gelijk getrokken: geen onderscheid meer tussen b2c of b2b
2. Dit is een juist moment om het CRM of het relatiebestand kritisch te beoordelen
3. Vraagt meer van marketing, maar biedt uitdagingen om de 'meer betrokken' doelgroep intensiever te bereiken
4. Bij goede toepassing kan de irritatie of een overload aan e-mail afnemen en dat komt uw mail ten goede



Interessante links

- opta.nl
- cbpweb.nl
- infofilter.nl
- eerstekamer.nl



Vragen?

