



Zakelijke e-mail niet altijd spam

Opta legt de nieuwe Telecomwet wel heel eigenzinnig uit, betoogt Gerrit-Jan Zwenne. **DM**

Op 1 oktober trad het zakelijk spamverbod in werking. En dat hebben wij geweten! Dagelijks zijn e-mailgebruikers lastiggevallen met verzoeken om toch - alsjeblieft!, alsjeblieft! - toestemming te geven voor continueren van e-mailnieuwsbrieven en andere e-mailberichten waarvan misschien kan worden volgehouden dat die een commercieel karakter hebben (zoals persberichten, uitnodigingen voor seminars, studentenwervings-mailtjes verstuurd door werkgevers, enzovoort).

Veel van van dergelijke opt-in verzoeken waren onnodig. Want de wet voorziet in enkele uitzonderingen waarvan in veel gevallen waarschijnlijk gebruik had kunnen worden gemaakt. Een probleem is dat toezichthouder Opta de wet op heel eigenzinnige wijze uitlegt en zo veel meer onder het spamverbod brengt dan de wet heeft bedoeld.

De belangrijkste uitzondering betreft de e-mailadressen van de personen van wie de verzender het e-mailadres heeft verkregen in het kader van de verkoop van zijn diensten of producten. Aan deze personen mogen commerciële e-mailberichten worden gestuurd over eigen en gelijksoortige diensten en producten. Een voorwaarde is dan wel dat deze personen bij het verkrijgen van de e-mailadressen een duidelijke afmeldmogelijkheid - opt-out - is geboden, en ook bij elk bericht dat vervolgens wordt gestuurd.

De wet zegt het samengevat zo: 'Een ieder die e-mailadressen heeft verkregen in het kader van de verkoop van zijn product of dienst mag deze gegevens gebruiken voor het overbrengen van communicatie voor

commerciële doeleinden met betrekking tot eigen gelijksoortige producten of diensten, mits...'

EXPLICIETE TOESTEMMING

In de wet is het met de nodige juridische krachttermen verwoord. Het is daardoor allemaal misschien niet heel eenvoudig te begrijpen. Om deze reden valt het te waarderen dat Opta als toezichthouder op het spamverbod de moeite heeft genomen een verklarend document op te stellen met veelgestelde vragen en antwoorden. In dit document zegt de toezichthouder over hierboven genoemde uitzondering:

'U hoeft een klant niet vooraf om toestemming te vragen, als u hem een bericht wilt versturen met een commercieel (...) karakter.' Opta voegt daaraan toe dat 'er alleen sprake kan zijn van een klantrelatie als er een product of dienst is verkocht'. Ook merkt de toezichthouder op dat 'nieuwsbrieven (...) alleen zonder expliciete toestemming kunnen worden verstuurd als er sprake is van een klantrelatie'.

Volgens Opta is er echter bij het vragen van informatie of bij het benaderen van een prospect nog geen sprake van een koop van een product of van een dienst. En dus zal er volgens de toezichthouder 'expliciete toestemming moeten worden gevraagd'. De toezichthouder geeft daarmee een heel beperkte uitleg van de wet. De wet biedt een uitzondering voor e-mailadressen die zijn verkregen in het kader van de verkoop van diensten of producten.

Opta maakt daarvan een uitzondering die is beperkt tot de e-mailadressen van de klanten aan wie iets ook is verkocht. Ofwel, het

wettelijke begrip 'e-mailadressen verkregen in het kader van de verkoop' wordt door de toezichthouder vertaald als 'e-mailadressen van degenen aan wie iets is verkocht'.

KORT DOOR DE BOCHT

Is dit juridische haarkloverij? Misschien. Maar toch niet zonder betekenis. Want in de uitleg van Opta mogen ondernemingen geen e-mailberichten met informatie over de eigen diensten sturen naar de bedrijven die vorige maand nog om een offerte hebben gevraagd, maar - nog - geen bestelling hebben geplaatst.

Uiteraard zijn juist de e-mailadressen van dergelijke veelbelovende bijna-klanten het meest waardevol. Deze uitleg betekent dus dat veel bedrijven een belangrijk deel van hun relatiebestand moeten afschrijven, terwijl de wet dat niet per se vereist. Zakelijke spam is een groot en serieus probleem. Het is hoog tijd dat de wetgever dit eindelijk aanpakt. Maar wij moeten oppassen dat het kind niet met het badwater wordt weggespoeld. Niet alle commerciële e-mail is spam. Er zijn goede en legitieme redenen waarom het ene bedrijf het andere wil informeren over eigen product of diensten waarvoor dat andere bedrijf belangstelling heeft getoond.

De wet onderkent dit en staat dergelijke commerciële e-mails dan ook nadrukkelijk toe. Er is geen reden om, via een kort-doorde-bochtuitleg van de nieuwe regels, dergelijke volstrekt bonafide berichten te verbieden.

GERRIT-JAN ZWENNE IS ADVOCaat-PARTNER PRIVACY EN DATABESCHERMING BIJ BIRD & BIRD.

OPTA GEEFT BEPERKTE UITLEG VAN DE WET