



## Flitspeiling telemarketing

Onderzoek onder mensen die tenminste één keer gebeld zijn in de afgelopen maand

Manuel Kaal

9 september 2019

H7247



# Achtergrond en doel van het onderzoek

## Achtergrond

De staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat (EZK) heeft in haar Consumentenagenda op 8 oktober 2018 de volgende aankondiging gedaan:

*'Ik ga inzetten op een opt-in regime voor telemarketing. Met een opt-in regime wordt de bescherming tegen telefonische direct marketing gelijk getrokken met de bescherming tegen direct marketing via andere kanalen, zoals e-mail. Gezien de klachten van consumenten overweeg ik bovendien een termijn te stellen waarbinnen contact opgenomen mag worden met (voormalige) klanten.'*

In het wetsvoorstel geeft EZK de sector de kans om eerst zelf via zelfregulering met ideeën en oplossingen te komen om telemarketing-irritaties binnen de klantrelatie aan te pakken.

## Doel

EZK wil komende periode op verschillende momenten een zelfde peiling uitvoeren om zo de veranderingen in de perceptie van consumenten te onderzoeken. De peiling richt zich op de effecten van de huidige inspanningen van de telemarketing sector op het gebied van zelfregulering.

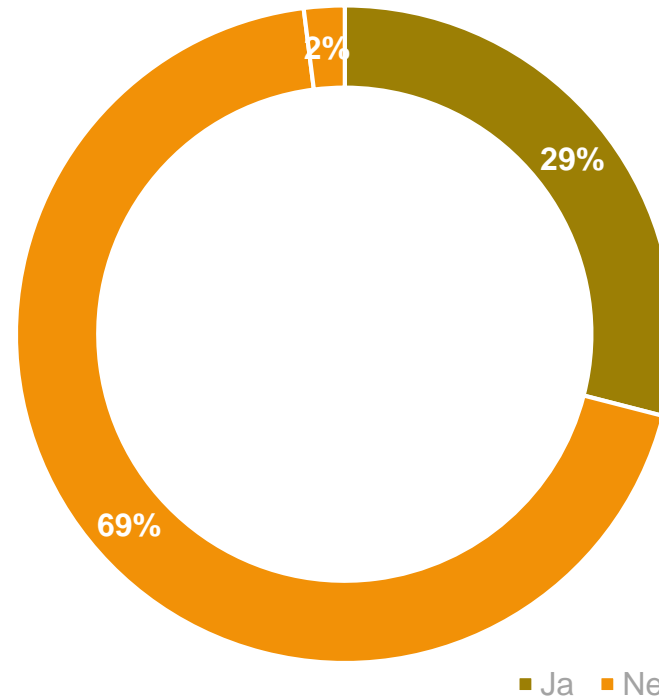
Dit rapport betreft de eerste peiling en vindt plaats op het moment dat de nieuwe maatregelen op het gebied van zelfregulering nog niet in werking zijn.

Het veldwerk van deze peiling heeft gelopen van 30 augustus t/m 6 september 2019.

# Samenvatting

- Drie op de tien Nederlanders zijn de afgelopen maand benaderd door telemarketing voor een product, dienst of donatie.
- Bijna negen op de tien benaderden vonden het (zeer) vervelend dat zij in de afgelopen maand een of meerdere keren gebeld werden voor een product, dienst of donatie.
- De helft van de mensen die benaderd is, zegt nooit klant geweest te zijn bij het bedrijf waardoor zij gebeld werden. Een op de drie mensen die benaderd werd door een goed doel, zegt nooit donateur te zijn geweest van dat goede doel.
- Energieleveranciers geven het minst vaak aan het begin van het gesprek aan namens welke organisatie men belt, loterijen doen dit het meest (87%).
- Gemiddeld zijn vier op de vijf benaderden (zeer) negatief over het feit dat zij benaderd zijn voor telemarketing, ook over het gesprek zelf is bijna twee derde (zeer) negatief.
- Meer dan zes op de tien benaderden vond de aanbieding/ het verzoek van de bellende organisatie niet relevant.
- Uiteindelijk is één op de vijftwintig benaderden ingegaan op het verzoek van de bellende organisatie.
- Iets minder dan de helft van de benaderden kent het begrip 'recht van verzet'. Ongeveer de helft hiervan vindt 'recht van verzet' een (zeer) aansprekende naam.

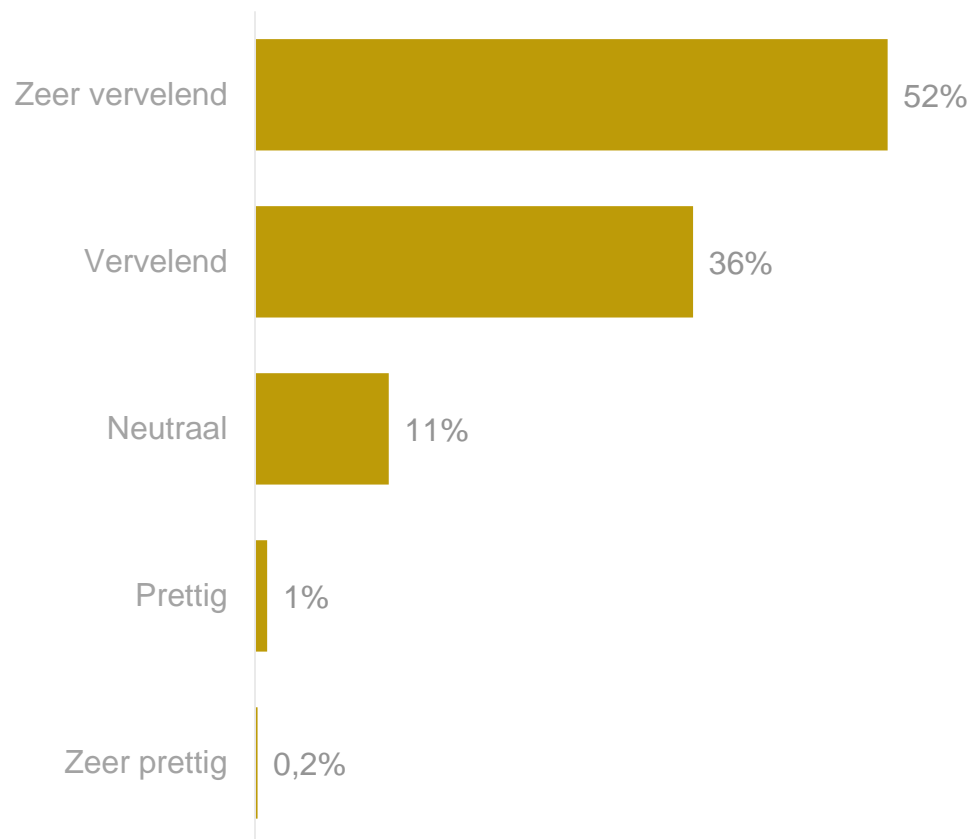
# Drie op de tien Nederlanders zijn de afgelopen maand benaderd door telemarketing voor een product, dienst of donatie



Respondenten die in de laatste maand gebeld zijn gaan door in de vragenlijst (n=1310)

Bent u in de afgelopen maand gebeld met een aanbod voor een product of dienst of de vraag voor een donatie aan een goed doel? Basis: (n=4.539)

# Bijna negen op de tien benaderden vonden het (zeer) vervelend dat zij een of meerdere keren gebeld werden voor een product, dienst of donatie



‘Gestoord worden terwijl je dit niet aangevraagd hebt.’

‘Geef steeds aan dat ik niet gebeld wil worden, maar ze blijven het doen.’

‘Ongevraagd te worden benaderd voor (meer) te doneren. Maak zelf wel uit aan wie en hoeveel ik wil doneren.’

‘Toch wel de opdringerige toon van het gesprek waarop je meerdere keren moet uitleggen waarom je niet akkoord gaat met hun voorstel.’

‘Opdringerig.’

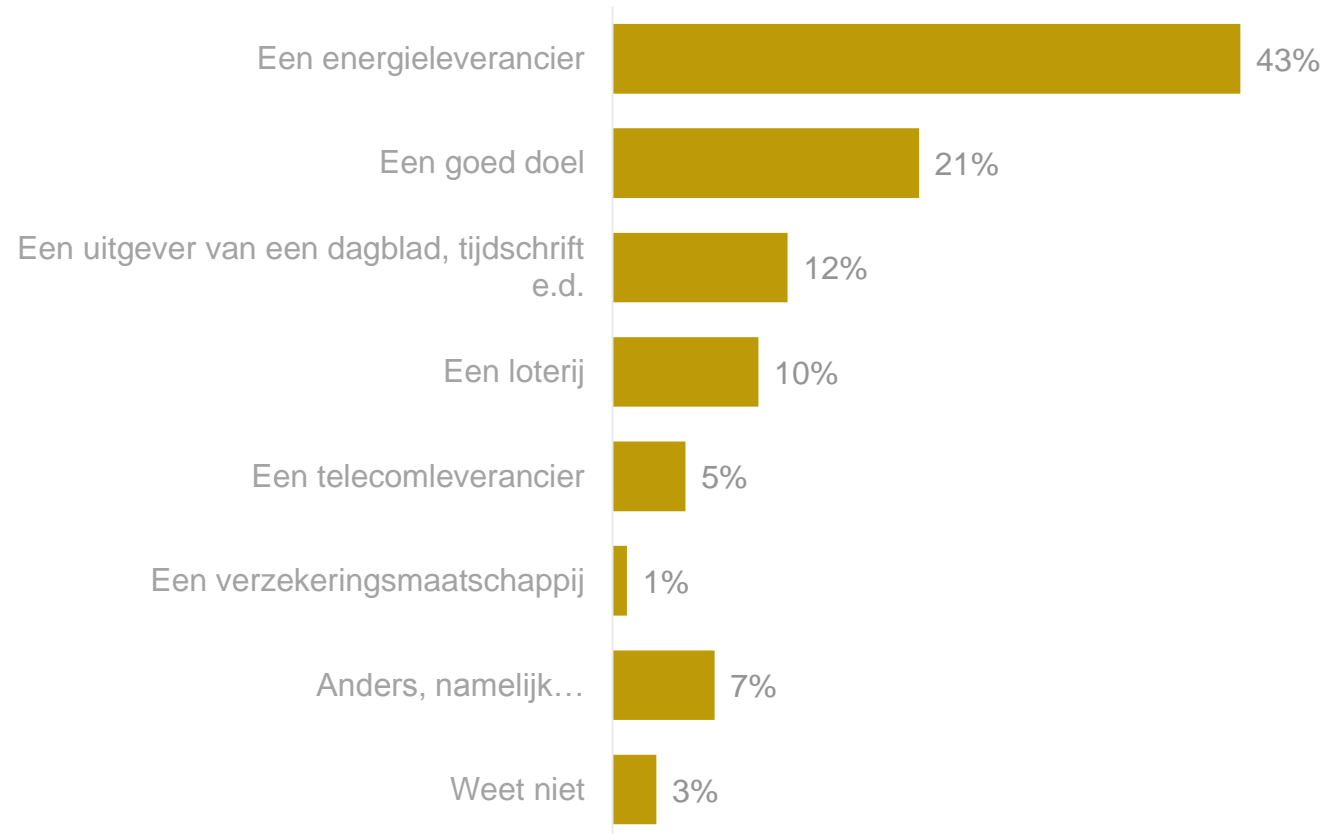
‘Een aanbod om iets te kopen waar je geen tijd en geld voor hebt.’

‘Ongewenst gebeld worden en de opdringerigheid van de beller.’

‘Je wordt zo voor het blok gezet en ik vind de manier van communiceren vaak onprettig.’

Wat vond u er van dat u één of meerdere keren gebeld werd over een aanbod voor een product of dienst of de vraag voor een donatie aan een goed doel? Basis: (n=1.310)

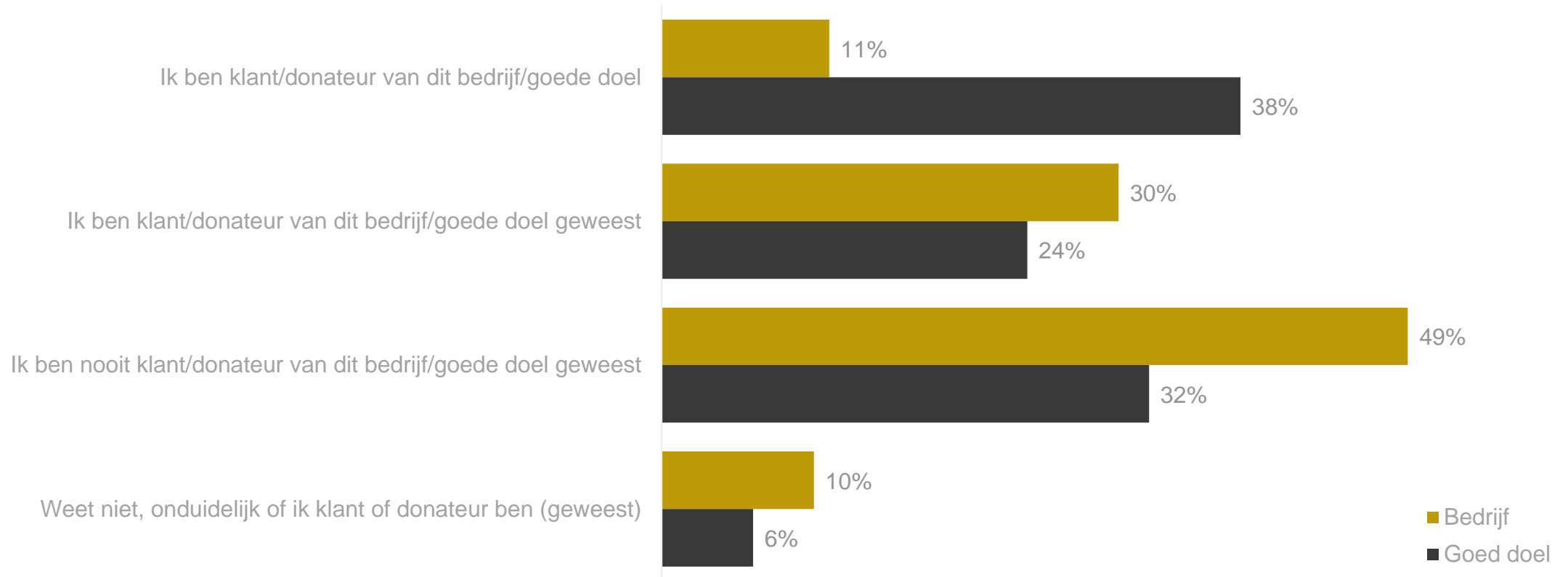
# Men werd vooral benaderd door energieleveranciers, een goed doel of een uitgever van een dagblad, tijdschrift of iets dergelijks



De volgende vragen gaan over de laatste keer dat u gebeld. Door welk soort bedrijf/ vanuit welke sector bent u benaderd? Basis: (n=1.310)

# De helft van de mensen die benaderd is, zegt nooit klant te zijn geweest bij het bedrijf waardoor zij gebeld werden

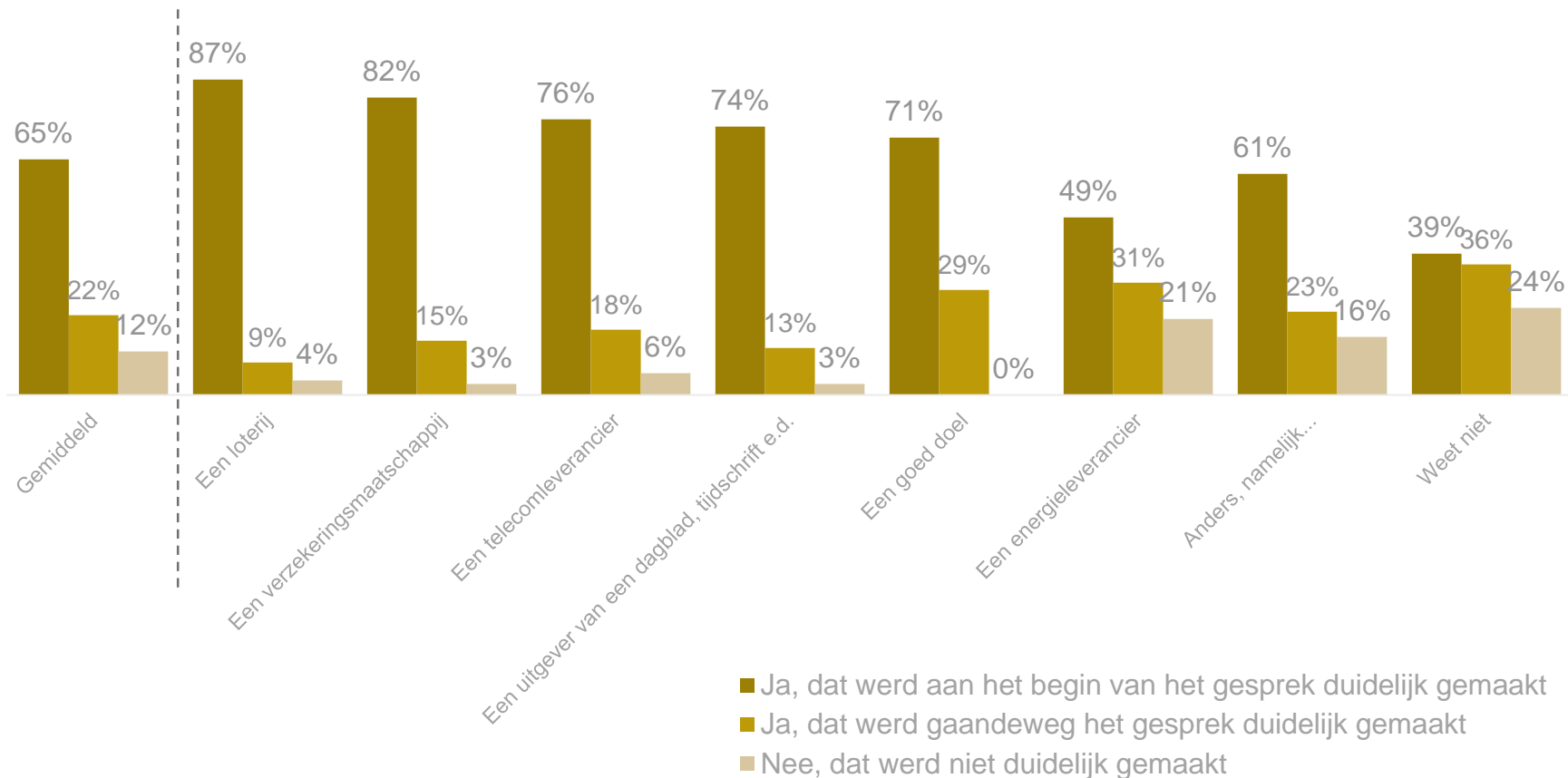
- Een op de drie mensen die benaderd werd door een goed doel, zegt nooit donateur te zijn geweest bij dit goede doel.



Wat is uw relatie met dit bedrijf/ goede doel? Basis: bedrijven (n=915) goede doel (n=272)

# Energieleveranciers geven het minst vaak aan het begin van het gesprek door van welke organisatie men is

- Loterijen doen dit het meest (87%).



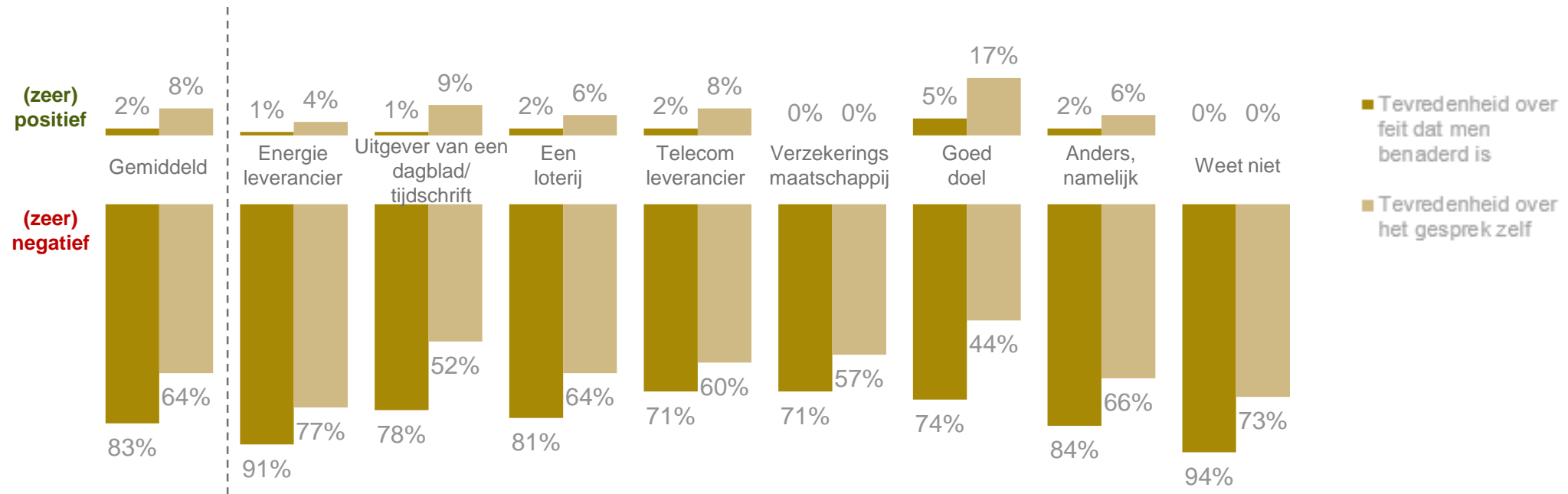
**55%**  
van de gebelden gaf aan dat zij door een anoniem nummer werden gebeld

Werd het u in het gesprek duidelijk door welke organisatie (of uit naam van welke organisatie) u werd benaderd? Basis: (n=1.310)  
Weet u nog of u gebeld werd door een anoniem nummer of werd het telefoonnummer van de bellende organisatie getoond? Basis: (n=1310)



# Gemiddeld zijn vier op de vijf benaderden (zeer) negatief dat zij benaderd zijn voor telemarketing, ook over het gesprek zelf is bijna twee derde (zeer) negatief

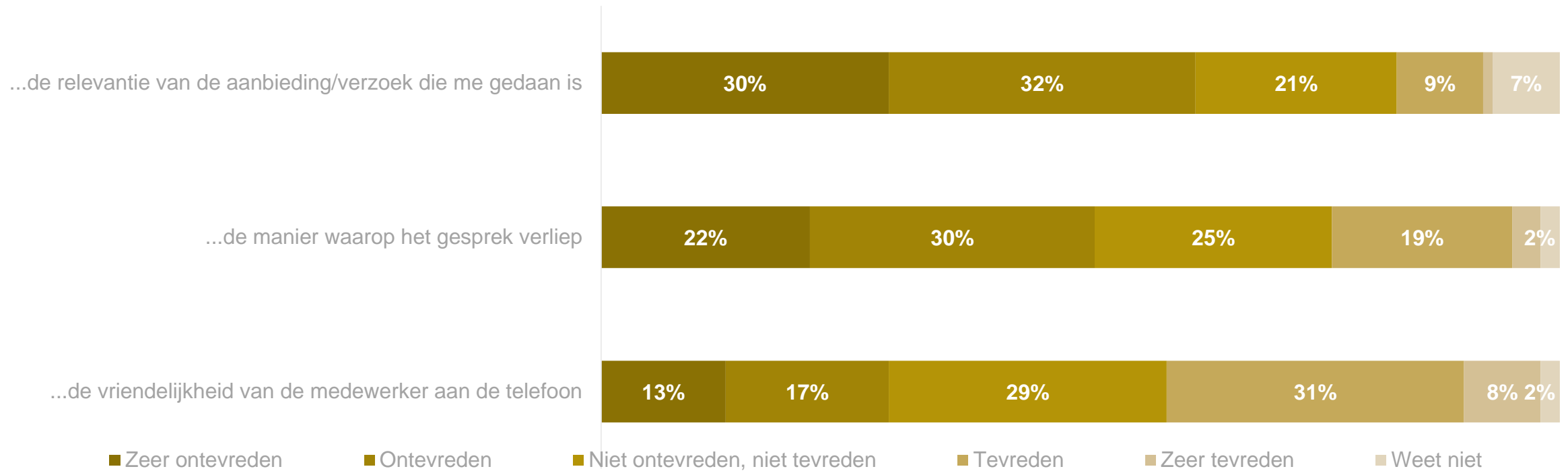
- Men is het vaakst positief over het gesprek met een goed doel (17%). Men is het minst positief over een gesprek met de energiesector (4%).



Hoe staat u tegenover het feit dat u telefonisch bent benaderd door dit bedrijf/goede doel? Basis: (n=1310)  
 Hoe heeft u het telefoongesprek ervaren? Basis: (n=1310)

# Vier op de tien benaderden is (zeer) tevreden over de vriendelijkheid van de medewerker aan de telefoon

- Meer dan de zes op de tien benaderden vond de aanbieding/ het verzoek niet relevant.

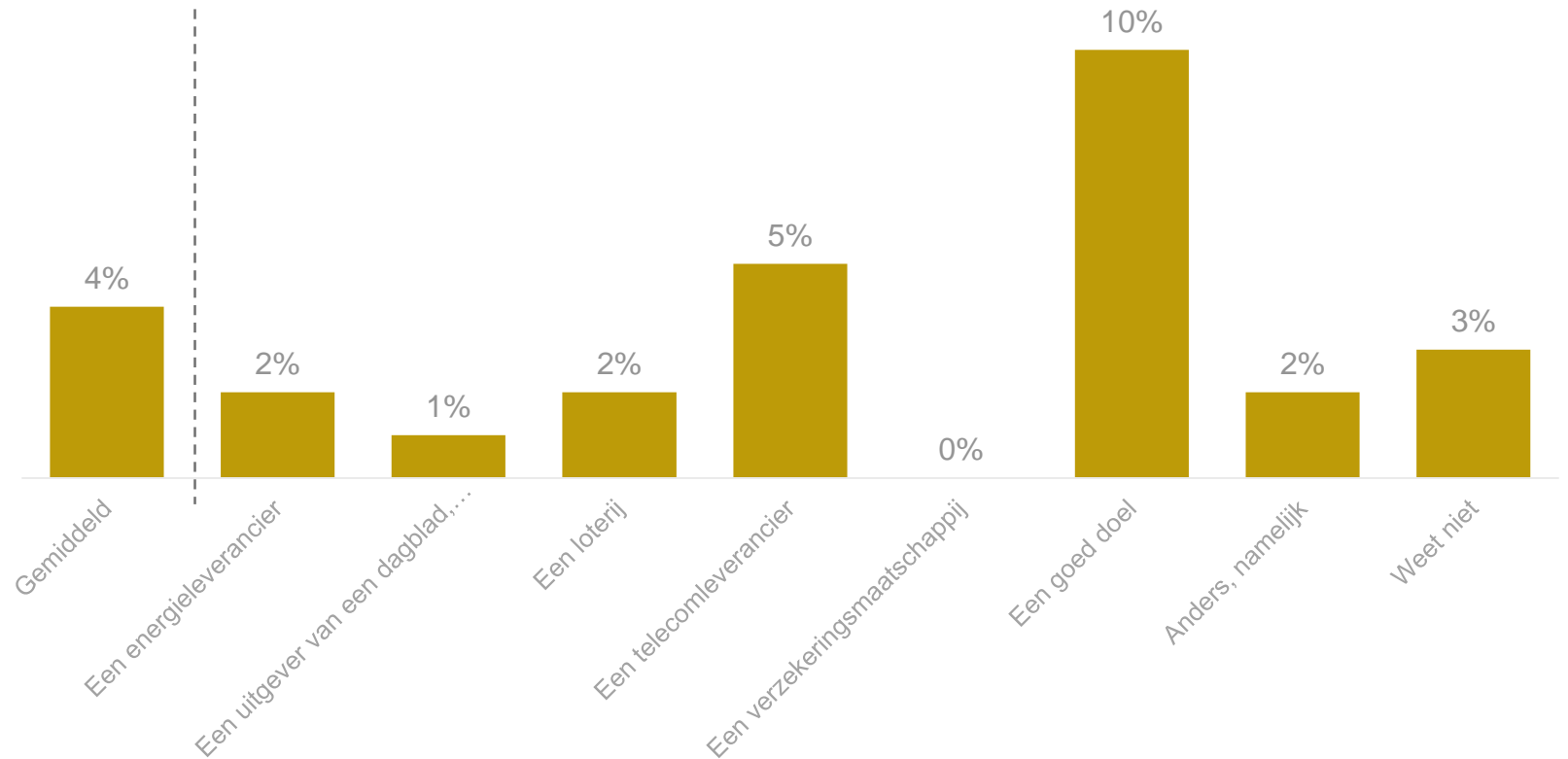


In hoeverre bent u tevreden over... Basis: (n=1310)

# Uiteindelijk is één op de vijftwintig benaderden ingegaan op het verzoek van de aanbieder

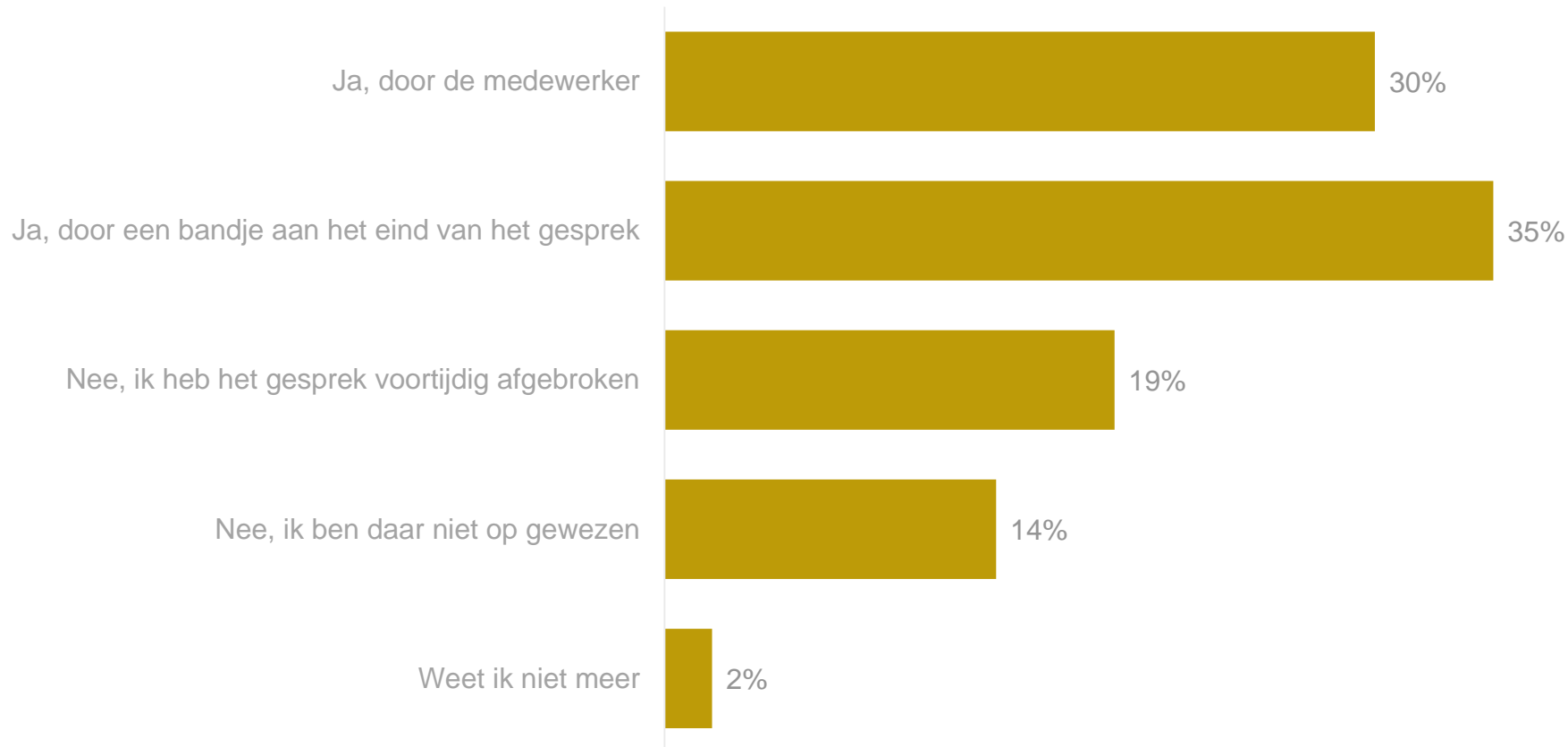
- Dit gaat voornamelijk om mensen die een aanbieding hebben gekregen van een goed doel (10%).

**4%**  
Van de gebelde mensen is op het verzoek van de aanbieder ingegaan



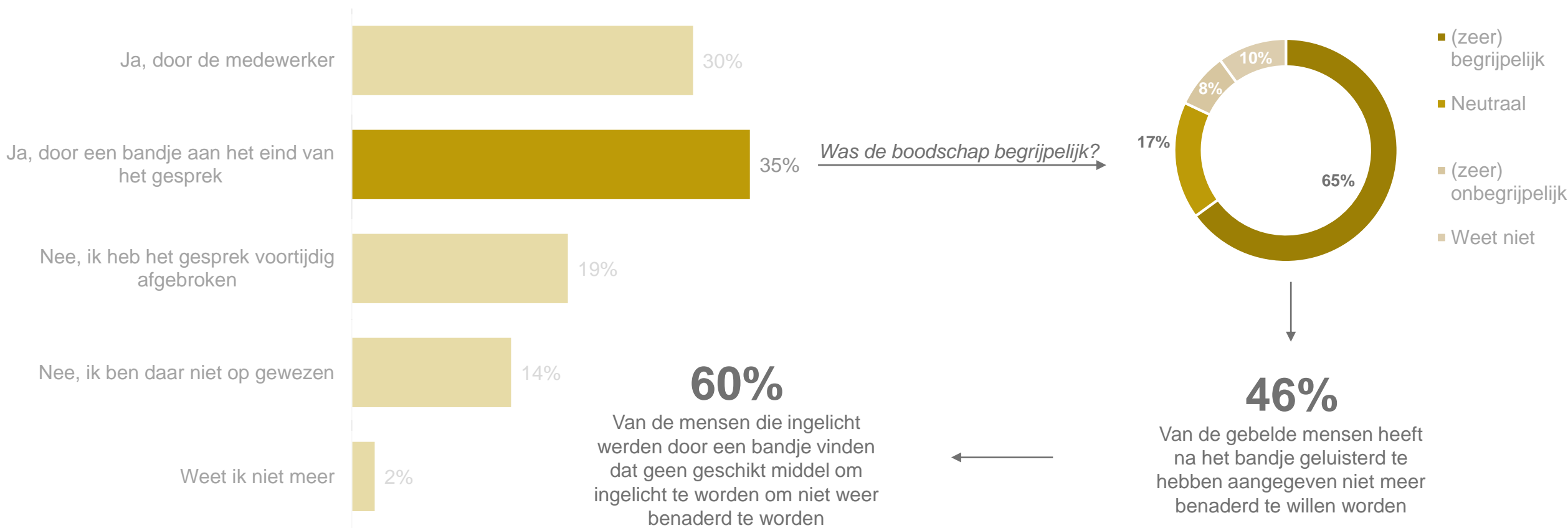
Bent u op het telefonische aanbieding/verzoek ingegaan? (bijvoorbeeld een contract afgesloten, een donatie gedaan) Basis: (n=1.310)

# Tweederde van de benaderden is geïnformeerd hoe men kan voorkomen dat men opnieuw telefonisch benaderd wordt



Bent u er in het gesprek op geweest hoe u kunt voorkomen dat u opnieuw door deze organisatie telefonisch wordt benaderd? Basis: (n=1310)

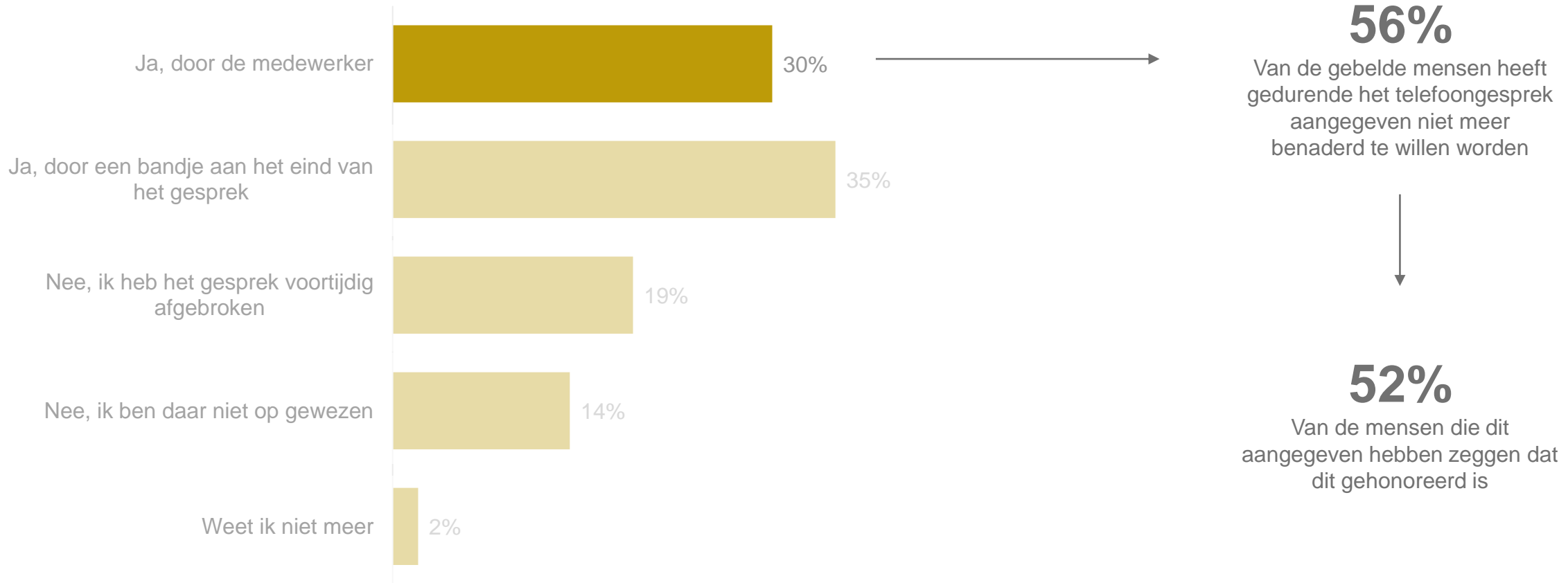
# Een derde van de benaderden werd door een bandje geïnformeerd over het 'bel me niet register', tweederde vond dit (zeer) begrijpelijk maar ongeveer evenveel vonden het geen geschikt middel om deze boodschap te geven



Bent u er in het gesprek op geweest hoe u kunt voorkomen dat u opnieuw door deze organisatie telefonisch wordt benaderd? Basis: (n=1310) In hoeverre vond u de boodschap op het bandje die u aan het eind van het gesprek te horen kreeg begrijpelijk? Basis: (n=459) Heeft u gebruik gemaakt van de mogelijkheid om te voorkomen dat u opnieuw telefonisch wordt benaderd door deze organisatie? Basis: (n=459)

# Drie op de tien beanderden werd geïnformeerd door een medewerker, de helft van de mensen heeft aangegeven niet meer gebeld te worden

- Van de helft van de mensen die aangaf niet meer benaderd te willen worden, is dit gehonoreerd.



Bent u er in het gesprek op geweest hoe u kunt voorkomen dat u opnieuw door deze organisatie telefonisch wordt benaderd? Basis: (n=1310) Heeft u gebruik gemaakt van de mogelijkheid om te voorkomen dat u opnieuw telefonisch wordt benaderd door deze organisatie? Basis: (n=459) Heeft de medewerker daar gehoor aan gegeven en u verder geholpen? Basis: (n=233)

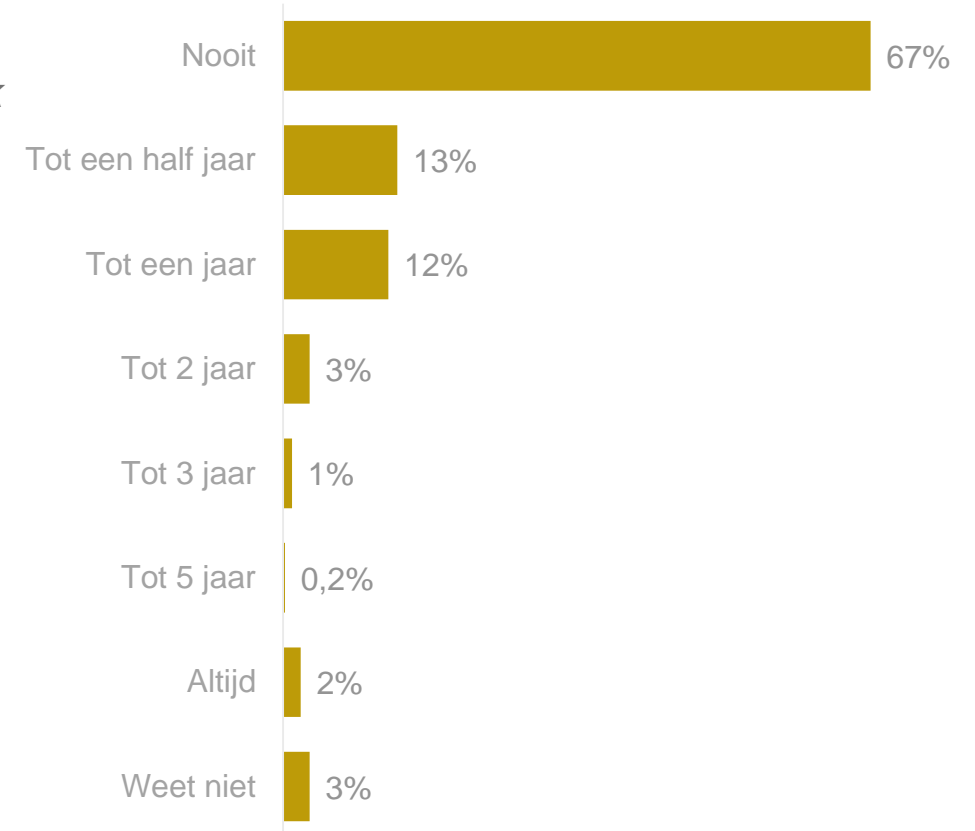
# Iets minder dan de helft van de benaderden kent het begrip 'recht van verzet'

- Twee derde (67%) van de gebelde mensen geeft aan dat men nooit meer gebeld wil worden voor telemarketing doeleinden als men ergens geen klant meer is.

*Tijdens elk telemarketinggesprek hebt u de mogelijkheid om gebruik te maken van uw 'recht van verzet'. Was u voorafgaand aan dit onderzoek op de hoogte van dit recht van verzet?*

**47%**  
**Ja**

**53%**  
**Nee**

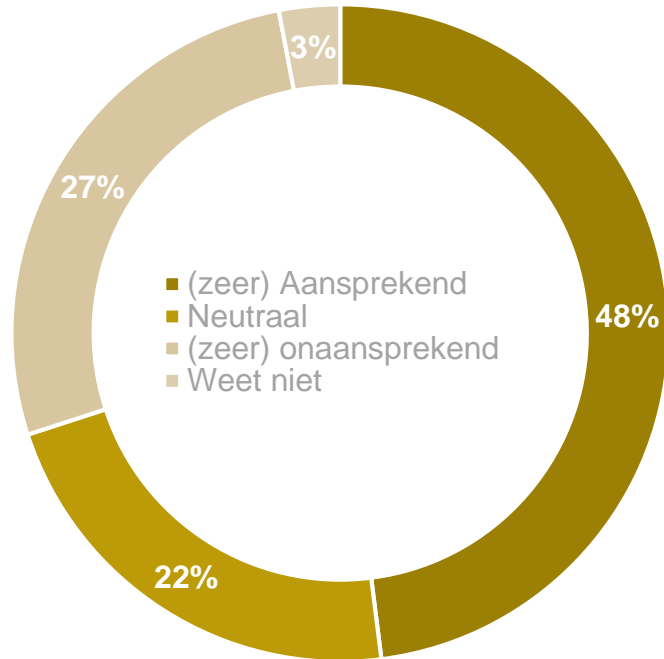


Was u voorafgaand aan dit onderzoek op de hoogte van dit recht van verzet? Basis: (n=1310)

Wat vindt u een acceptabele termijn waarbinnen organisaties waar u ooit klant ben geweest u nog mogen bellen met een productaanbod of de vraag om een donatie? Basis: (n=1.310)

# Ongeveer de helft van de benaderden vindt 'recht van verzet' een (zeer) aansprekende naam

- Andere suggesties voor namen staan hier rechtsonder beschreven.



'Laat me met rust register'

'Bel me niet (meer) register'

'Blokkeerrecht'

'Het 'niet storenrecht''

'Het recht om niet gebeld te worden.'

'Keuze voor anonimiteit'

'Niet meer bellen'

'Recht om niet gebeld te worden'

'Recht op geen vervolcontact'

'Recht op privacy'

'Recht op gegevensverwijdering'

'Stop met bellen garantie'

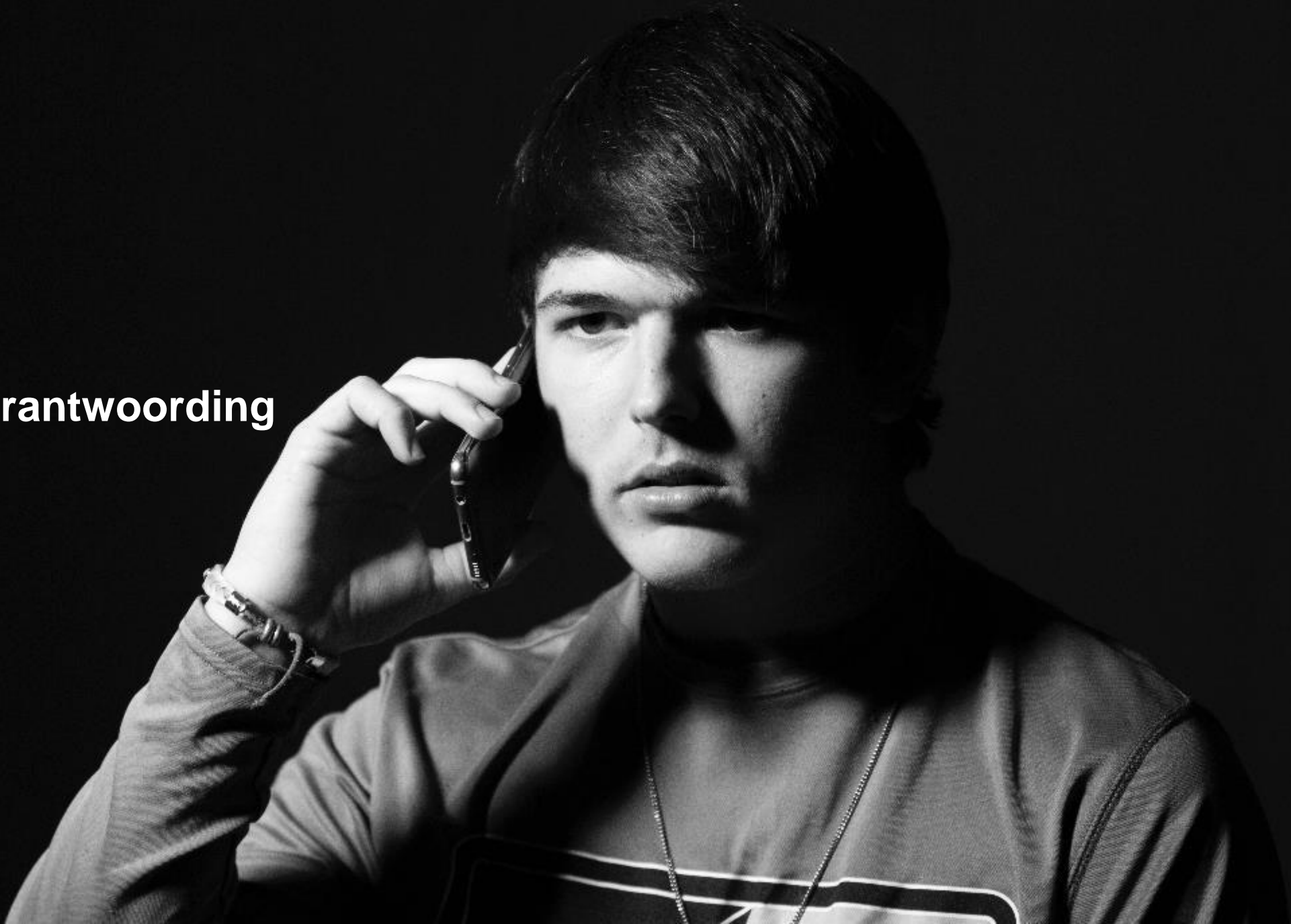
'Recht op telefonische rust'

In hoeverre vind u de term 'recht van verzet' aansprekend? Basis: (n=1310)

Er wordt overwogen om de wettelijke term 'recht van verzet' een andere naam te geven. Heeft u suggesties voor een alternatieve naam? Basis: (n=649)



**Onderzoeksverantwoording**



# Onderzoeksspecificaties



## Doelgroep

Het onderzoek is uitgevoerd onder een representatieve steekproef van 4.600 Nederlanders van 18 jaar en ouder. 29% van deze groep (n=1.310) is de afgelopen maand benaderd door telemarketing. De resultaten van dit onderzoek gaan primair over de ervaringen van deze laatste groep.



## Steekproefbron

NIPObase consumentenpanel.



## Respons

Er zijn 10.000 burgers uitgenodigd. In totaal hebben er 4.600 deelgenomen. Dat is een respons van 46%.



## Online methode

Voor dit onderzoek is gebruik gemaakt van een online vragenlijst (CAWI: computer assisted web interviewing). Respondenten ontvingen een e-mail vanuit Kantar Nederland met daarin informatie over het onderzoek en een link naar de online vragenlijst.



## Vragenlijst

De vragenlijst is in samenspraak met het ministerie van EZK opgesteld. De doorlooptijd was gemiddeld 6 minuten.



## Veldwerkperiode

Het veldwerk heeft gelopen van 30 augustus t/m 6 september 2019.