

Til
Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet
Boks 8036 Dep
0030 OSLO

postmottak@bld.dep.no

Deres ref: 13/2284

Vår ref: 1015/SFR

Oslo 7. oktober 2015

HØRINGSUTTALELSE OM FORSLAG TIL ENDRING I REGLENE FOR TELEFONSALG

Amedia viser til høringsbrev og høringsnotat datert 9. juli 2015, og ønsker å avgi følgende kommentarer:

Amedia er landets største eier av lokale medier. Konsernet eier 62 avistitler og har om lag en halv million abonnenter fordelt over hele landet. Vi har løpende kontakt med våre eksisterende abonnenter og tidligere kunder. I tillegg rekrutterer vi nye kunder gjennom ulike salgs- og markedsaktiviteter. Telefonsalg er en stor og viktig kanal for salg av abonnement. Om lag 41 prosent av vårt salg kommer i dag fra telefonsalg som salgskanal.

Amedia er opptatt av at alle markedsaktiviteter skal drives innenfor lovverkets rammer og til beste for så vel kundene som virksomheten. Vi har derfor etablert et klart system for å sørge for åpenhet og transparens for behandling av kundeopplysninger og våre markedsaktiviteter rettet mot kundene. Vi har følgelig etablert brukervilkår for våre abonnenter (se eksempel Østlandets Blad: <http://www.oblad.no/kundesenter/abonnementsbetingelser-2/>), brukervilkår for vår digitale innloggingsløsning for abonnenter, aID (<https://www.aid.no/aid/brukervilkar/>) og en egen personvernpolicy (https://www.aid.no/aid/personvern_policy/). Her går følgende fram:

*«Basert på de registrerte opplysningene vil Mediehuset og andre selskaper i Amedia-konsernet kunne gi deg informasjon og tilbud om varer og tjenester som kan være av interesse for deg. Vi vil kunne kontakte deg via e-post, post eller telefon. Du kan når som helst kontakte Mediehuset for å reservere deg mot bruk av opplysninger i markedsføring.
Du kan kontakte Mediehuset for å be om innsyn eller sletting av opplysninger. Informasjon om hvilke opplysninger som er registrert vil også ligge tilgjengelig på Min Side.
Personopplysninger overdras ikke til tredjepart, med mindre og kun i den utstrekning det er nødvendig for å gjennomføre avtalen, for å hindre misbruk av tjenesten eller imøtekomme pålegg med hjemmel i lov»*

De foreliggende forslagene til endringer i reglene for telefonsalg, vil potensielt kunne ha stor og negativ betydning for Amedia og våre aviser, og vi tror heller ikke de vil være til våre abonnementskunders beste.

På generelt grunnlag slutter vi oss til de kommentarer og forslag som er fremmet av Mediebedriftenes Landsforening knyttet til det framsatte forslaget. Vi viser følgelig til MBLs høringsuttalelse i saken.

Vi ønsker utover dette å understreke tre forhold i saken:

1. Amedia minner om at norske medier har en viktig samfunnsrolle, knyttet til sin demokratiske funksjon, som ytringskanal og som leverandører av nødvendighetsinformasjon til befolkningen.

Mediene har som følge av denne rollen en rekke privilegier, knyttet for eksempel til fritak for moms for abonnement og løssalg av aviser, for å sikre et høyt konsum av nyheter, debatt og samfunnsinformasjon.

Det er bred politisk og samfunnsmessig enighet om de mediepolitiske virkemidlene og begrunnelsen for disse. I det samlede mediepolitiske virkemiddelapparatet inngår også adgangen til telefonsalg uten forhåndssamtykke fra eksisterende kunder som et viktig element.

Vi kan ikke se at det er framlagt noen tungtveiende argumenter i høringsnotatet som tilsier at den ordningen norske medier nyter godt av på dette området, må fjernes. Høringsnotatet er etter vårt syn mangelfullt på dette området, idet medienes særlige situasjon ikke er drøftet på lik linje med frivillige organisasjoners situasjon. Heller ikke den danske ordningen der telefonsalg uten forhåndssamtykke er tillatt ved salg av abonnement på aviser, ukeblader eller tidsskrifter, blir drøftet i lys av medienes samfunnsrolle.

Amedia mener at det fortsatt kan argumenteres minst like sterkt som tidligere for at norske medier driver en samfunnsnyttig virksomhet og har særlige behov for å bruke telefonen som salgskanal og til kundepleie og oppfølging.

Vi ber derfor primært om at eksisterende regelverk ikke endres for medienes vedkommende. Norske medier, i det minste de som er omfattet av «Lov om redaksjonell fridom», må alternativt etter vårt syn i det minste bli omfattet av de foreslåtte unntakene, på lik linje med frivillige organisasjoner. Bare på den måten sikrer man en konsistens i de mediepolitiske virkemidlene.

2. På generelt grunnlag ønsker vi å påpeke at telefonsalg fra medievirksomheter ikke representerer noe særskilt problem. Tvert imot viser de framlagte undersøkelsene at det foreligger få klager mot telefonsalg fra medier – i

motsetning til for eksempel den salgs- og innsamlingsvirksomheten som skjer over telefon i regi av frivillige organisasjoner eller fra useriøse aktører.

Dette underbygger et generelt inntrykk av at de eksisterende ordningene som mediene har innført knyttet til forbrukernes rettigheter til å reservere seg, og de ordninger for samtykke som gjelder knyttet til kundeforhold, blir respektert og fungerer etter sin hensikt.

Vårt inntrykk er at departementet med sitt forslag om å innlemme også mediene i den generelle innstramningen av regelverket – som det blir påpekt det kan være en sterk forbrukerinteresse for å innføre – ønsker å regulere et ikke-problem på en måte som gir sterke negative konsekvenser for medievirksomhetene.

Telefonsalg er, som vi har påpekt innledningsvis, en svært viktig kanal for å sikre det mediepolitiske målet om å opprettholde et høyt konsum av lesing av det innholdet mediene kommuniserer gjennom avisabonnement og digitalt abonnement.

Av Amedias samlede salg fra ulike markedsaktiviteter, kommer 41 prosent fra telefonsalg. Dette bidrar til å sikre nødvendige inntekter til mediene, og dermed til å opprettholde journalistisk slagkraft og informasjonsformidling fra norske lokalsamfunn, som ingen andre medier tilbyr eller er i stand til å tilby.

Dersom de foreslåtte endringene blir innført for medienes vedkommende vil dette etter vårt syn føre til en sterkt redusert kundeservice til eksisterende kunder ved at det

- Forringer medienes mulighet til å informere om omlegging av produktstrukturen (f eks muligheten for digitale abonnement, kombinasjonsabonnement, fådagersabonnement etc)
- Forringe muligheten for å kunne tilby nye produkter i regi av mediehusene.
- Forringe mulighetene for eksisterende kunder til å utvide sitt abonnement (oppsalg til annen type abonnement)

Vi mener dette tilsier at det ikke er behov for endringer av regelverket knyttet til medienes telefonsalgsvirksomhet eller at mediene i likhet med frivillige organisasjoner må få slippe å innføre uttrykkelig anmodning for å ringe eksisterende kunder.

3. I høringsnotatet blir det drøftet hva et «eksisterende kundeforhold» består i og når et kundeforhold er å betrakte som avsluttet/oppsagt.

Amedia mener at medienes forretningsmodell (abonnementsmodell) er noe avvikende fra andre virksomheters forretningsmodeller (enkeltstående salg).

Et avisabonnement er definitivt å anse som et «løpende kundeforhold». Ved å abonnere på en avis, inngår man en avtale om og betaler for en levering av en

vare løpende framover i tid (forskuddsbetalt avtale). Hovedregelen er at abonnementet fornyes automatisk, og at dette skjer ved utsending av faktura. Abonnentene kan ha midlertidige stopp i leveringen.

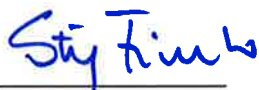
Henvendelser til eksisterende kunder vil kunne omfatte telefonkontakt knyttet til flytting, purretelefoner for manglende betaling og avklaring av restart av abonnement etter en stopp-periode eller tilbud om ny abonnementsperiode.

Amedia mener at man ved å fjerne unntaket for oppringninger i kundeforhold og erstatte dette med et uttrykkelig forhåndssamtykke, ikke er tilpasset den forretningsmodellen som mediene benytter seg av, og radikalt vil gripe inn i medievirksomhetenes løpende kundedialog på en måte som ikke vil være i forbrukerens interesse.

Amedia respekterer og forholder seg selvsagt lojalt til dagens regelverk på området. Vi mener at en bedre håndhevelse av dagens ordninger, herunder forbrukernes muligheter for å reservere seg ulike former for henvendelser, jfr de standard betingelsene som gjelder (se over), er tilfredsstillende og på en god måte ivaretar de forbrukerhensyn som høringsnotatet er opptatt av å ivareta.

Amedia ønsker i denne forbindelse å peke på at gjennomsnittsalderen for abonnenter nå ligger på over 60 år. En stor andel av kundene er i en alder der de vil ha behov for veiledning og bistand, noe som ofte vil skje også gjennom telefonhendelser initiert av medievirksomhetene selv.

Med vennlig hilsen



Stig Finslo
Direktør utgiverspørsmål
Amedia