

Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet
Postboks 8036 Dep.
NO-0030 Oslo
postmottak@bld.dep.no
Deres ref.: 13/2284

Kolvereid, 9. oktober 2015

HØRINGSSVAR – ENDRINGER I REGLENE OM TELEFONSALG

1. INNLEDNING

Fornøyde Folk as har mottatt høringsnotat av 9. juli 2015 fra Barne-, likestillings og inkluderingsdepartementet. Fornøyde Folk ønsker å gi tilbakemeldinger på høringsutkastet, og har i det følgende knyttet en del kommentarer til utkastet.

2. FORNØYDE FOLK AS

Fornøyde Folk as er et TM selskap med lokalisering på Kolvereid i Nord-Trøndelag. Pr. i dag har bedriften 40 ansatte og omsatte i 2014 for vel 15 mill. Selskapets omsetning for 2015 vil bli ca 18-19 mill. Selskapet har mest oppdrag i forhold til avis- og mediehus. I løpet av 2015 har vi i tillegg fått et solid fotfeste i salg av kosttilskudd. Fornøyde Folk as har godkjenningen Godkjent Callsenter.

3. ENDRINGER I MARKEDSFØRINGSLOVEN § 13

Fornøyde Folk as har stor forståelse for at man har et ønske om å kvalitetssikre bransjen i forhold til at markedsføringsloven skal følges. Fra vårt ståsted så oppleves det bra at man ønsker å sikre seg mot at overtramp skal skje. Det er en kjent sak at mange fokuserer negativt på bransjen. Vi kjenner oss likevel ikke igjen i den beskrivelsen som gis. Vi opplever svært få ganger negativ respons fra de vi kontakter og ikke minst så har vi ingen negative tilbakemeldinger fra forbrukerombudet. For oss er det viktig å understreke at våre ansatte, sammen med svært mange kollegaer i Norge, gjør en solid og god jobb, hver dag.

Vi er ikke så sikre på at det er flere begrensninger og pålegg som må gjøres. Vi har stor tro på at kravet som stilles gjennom Godkjent Callsenter ordningen er med på å bygge opp under kunnskapen om markedsføringsloven og hvordan vår bransje skal opptre.

Det hjelper ikke hvor god markedsføringsloven blir, om de som skal utøve denne ikke følger den. Strengere krav til bransjen betyr ikke nødvendigvis at man bør lage lover som setter unødvendige begrensninger.

Anmodning til én aktør

I høringsnotatet, særlig i pkt. 3.3.4.1, er det foreslått nytt andre ledd i markedsføringsloven § 13. Dette skal etter departementets vurdering bidra til å få ned klager på grunnlag av såkalte «leads»,

dvs. der forbrukeren har deltatt i en konkurranse og senere blitt oppringt av en eller flere næringsdrivende som har samarbeidet om konkurransen. I korthet går forslaget ut på at forbrukeren må rette en anmodning til den næringsdrivende om å motta markedsføring, og denne anmodningen kan bare rettes til én næringsdrivende.

Fornøyde Folk mener:

Vi deler departementets vurdering av situasjonen for konkurranser og leadsgenerering. For forbrukere som er reservert mot telefonsalg framstår det som vanskelig å forstå at deltakelse i en konkurranse for denne «opphever» reservasjonen, samtidig som det for mange forbrukere framstår som uforståelig at deltakelse i en konkurranse kan føre til oppring fra et stort antall næringsdrivende. Et annet problem i dette er at forbrukeren i disse tilfellene som oftest ser et telefonnummer som er tilknyttet «telefonsalg» og ikke et navn som er knyttet til den konkurransen som forbrukeren deltok i. Det kan også forekomme at tiden fra forbrukeren deltok i konkurransen til oppringet fant sted er lang.

Vi oppfatter forslaget som en kraftig innstramming på et område der aktørene og næringslivet bl.a. gjennom konkurranser som nevnt, gir viktige ringegrunnlag som ikke kan anskaffes på annen måte. Dersom forslaget om anmodning til bare en aktør blir vedtatt vil det føre til at ringegrunnlagene i fremtiden blir vesentlig mer kostbare. I tillegg vil forslaget etter vår vurdering antakelig ikke føre til nevneverdig færre klager, fordi den kraftige innstramningen vil medføre at utenlandske aktører i stor grad vil fortsette som før. Resultatet blir at den seriøse delen av bransjen blir skadelidende, uten at forbrukerne får en nevneverdig bedre situasjon.

Fornøyde Folk sitt forslag til løsning:

Fornøyde Folk er helt på linje med NORDMA sitt forslag, og siterer derfor dette:

For det første bør de næringsdrivende pålegges en sterkere informasjonsplikt i de situasjonene som er beskrevet ovenfor. Vi har i markedsføringsloven allerede et regelverk om såkalt informert samtykke. Ved å pålegge den næringsdrivende en sterkere informasjonsplikt, ved bl.a. å kreve at forbrukeren enten gjennom anmodning eller gjennom samtykke får direkte informasjon om hvem som forbrukeren kan få oppringning fra.

I stedet for at forbrukeren kan motta telefonhenvendelser fra et ubegrenset antall næringsdrivende som i dag, foreslår NORDMA at det settes et tak på 5 aktører. Videre bør det stilles krav om at den næringsdrivende bare i et begrenset tidsrom etter konkurransen kan ta kontakt med forbrukeren.

NORDMA foreslår at forbrukeren ved begynnelsen av konkurransen må gi samtykke til at hun/han i etterkant av konkurransen kan bli kontaktet av inntil 5 navngitte selskap. Forbrukeren skal bare kunne kontaktes innenfor et tidsrom på 30 dager fra tidspunktet for deltakelsen i konkurransen. Etter at forbrukeren har gjennomført en konkurranse skal de på nytt bekrefte hvorvidt selskapene skal ha anledning til fornyet kontakt, og også gis uttrykkelig mulighet til å trekke samtykket tilbake.

Departementet foreslår å fjerne unntaket i markedsføringsloven § 13 tredje ledd om oppringninger i kundeforhold

I høringsnotatet foreslås det å gjøre endringer i dagens unntaksbestemmelse. Dersom forbruker i dag har reservert seg mot telefonsalg, kan han/hun likevel bli oppringt dersom det er et «eksisterende kundeforhold» mellom den næringsdrivende og forbrukeren. Med departementets forslag må forbruker gi den næringsdrivende et uttrykkelig samtykke selv om det foreligger et eksisterende kundeforhold.

Fornøyde Folk sin vurdering av forslaget:

Fornøyde Folk ser på en endring av begrepet eksisterende kundeforhold som problematisk. Vårt selskap driver både med salgsaktiviteter, men også rene servicesamtaler for våre kunder. En slik begrensning i loven vil føre til at blant annet oppklarende servicesamtaler ikke vil kunne finne sted. Vi mener derfor at forslaget i aller høyeste grad også vil være uheldig for forbrukerne.

For Fornøyde Folk sin del så mener vi at problematikken ville vært løst om vi hadde hatt et pålegg om visningsnummer. Det vil si at vi ikke viser tlf.nr. Fornøyde Folk as når vi ringer ut, men at vi har visning av oppdragsgivers firmanavn. Da er det lettere for kunden å ha et forhold til om dette er noen man faktisk har et kundeforhold til.

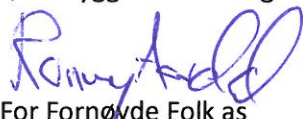
Vi skal være klar over at en god del av de klagenes som kommer inn til forbrukerombudet er sendt inn av kunder som ikke har svart på telefonen. De ser navnet til et firma de ikke har et forhold til og trekker således feil konklusjon. Med pliktig visningsnummer vil de se at dette faktisk er noen jeg har et kundeforhold til som ringer.

Avslutning:

Innledningsvis så peker vi på at det ikke nødvendigvis er markedsføringsloven som er for romslig, men det er etterlevelsen av denne som er utfordrende. Vi vil derfor understreke behovet for å teste ut en godkjenningssystem for å drive med telefonsalg. Systemet ligger der gjennom NORDMA og VIRKE med ordningen Godkjent Callsenter. Godkjenningssystem for å drive er noe vi kjenner fra flere bransjer, hvorfor ikke for vår bransje?

Med et godkjenningssystem så vil vi sannsynligvis oppnå mange gode effekter:

- Økt seriøsitet blant selskapene som driver i bransjen.
- Økt stolthet omkring bransjen og blant de ansatte.
- Økt trygghet for at markedsføringsloven faktisk følges.
- Økt trygghet for mange tusen arbeidsplasser i Norge.



For Fornøyde Folk as
Ronny Morten Aardal
Daglig leder