



Til Barne-, likestillings- og inkluderingsdepartementet

08.10.2015

Forslag til endringer i reglene for telefonsalg

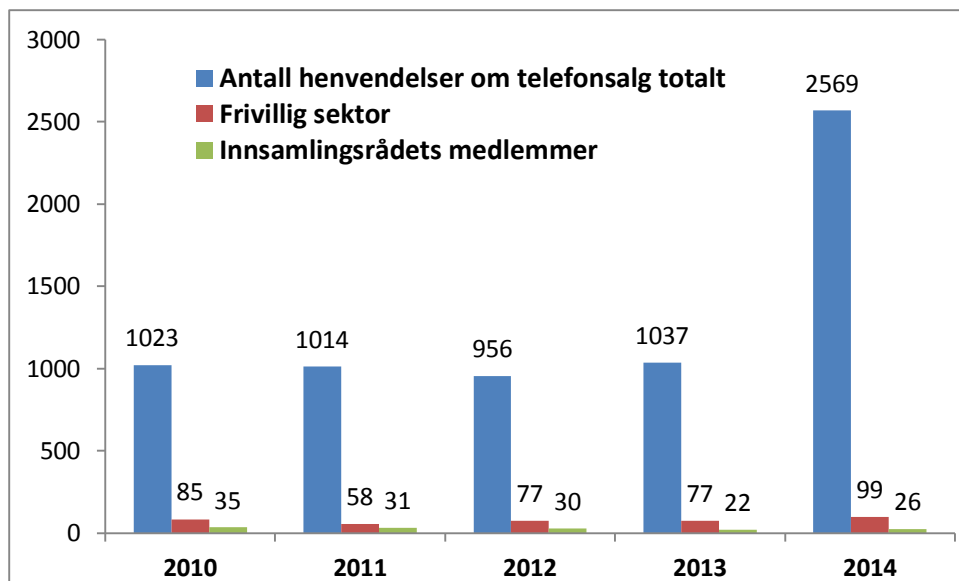
Høringsuttalelse fra Norges Innsamlingsråd

1. Generelle kommentarer

Reglene for såkalt «telefonsalg» er viktig for om lag halvparten av medlemsorganisasjonene i Norges Innsamlingsråd. Frivillig sektor bruker ikke lenger telefonen så mye til «salg», men desto mer til en toveis dialog for holde personlig kontakt med og stimulere til frivillig engasjement hos medlemmer, givere, faddere og andre støttespillere. Derfor er det av særlig stor betydning for oss at det i høringsforslaget ikke er lagt ytterligere begrensninger på frivillig sektors adgang til å kontakte støttespillere med «eksisterende kundeforhold».

Klager på telefonhenvendelser fra frivillig sektor er ikke lenger noe forbrukerproblem

Norges Innsamlingsråd har siden starten på 2000-tallet arbeidet målbevisst for å endre frivillige organisasjoners bruk av telefonen bort fra «irriterende massesalg» og over til «den gode samtalen» med mennesker som er engasjert i vårt arbeid. Da vår interne fokus på kvalitet i telefonsamtalene startet, opplyste Forbrukerombudet at de fikk 300 – 400 klager på telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner. De siste fem årene har dette tallet blitt redusert til under 100, og medlemsorganisasjonene i Innsamlingsrådet mottok i fjor kun 26 klager til sammen, altså én klage hver 14. dag.



Kilde: Forbrukerombudet og Norges Innsamlingsråd

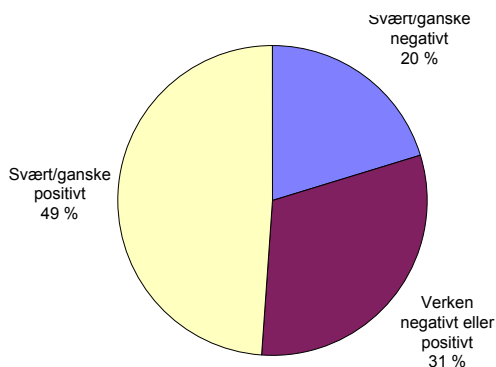
Dette viser at telefonhenvendelser fra frivillige organisasjoner ikke er et forbrukerproblem. Derimot er det en viktig kilde til inntekter, trolig i størrelsesorden 200-400 millioner kroner hvert år, og dessuten av stor betydning for å skape et frivillig engasjement i samfunnet.

Disse resultatene er oppnådd ved at organisasjonene har gått sammen om å lage en bransjenorm med klare regler og deretter drevet informasjonsarbeid overfor ansatte i organisasjonene. Vår erfaring er at dagens markedsføringslov fungerer godt så lenge bestemmelsene i den blir overholdt av aktørene.

Forbrukerne opplever samtalen med «sin organisasjon» positivt

Vi ønsker også å kommentere høringsnotatets svært negative fremstilling av «telefonsalg» bygget på SIFOs undersøkelser. Norges Innsamlingsråd har bedt det samme selskapet som har utført SIFOs meningsmålinger (TNS Gallup) om å gjennomføre en parallell undersøkelse blant forbrukere som nylig var blitt ringt av sju ulike frivillige organisasjoner. Forbrukerne ble bl.a. bedt om å si hvordan de oppfattet den konkrete telefonsamtalen de mottok. Resultatene var at 49 % oppfattet samtalen positivt, og bare 20 % var negativ

Hvordan opplevde du samtalen med organisasjon X generelt sett?



Kilde: TNS Gallup

Undersøkelser om forbrukernes generelle holdning til reklame har vist at respondentene oppgir at de er mer negative til reklame enn de faktisk er. For eksempel viser undersøkelser om reklame i postkassen en generell negativ holdning, samtidig som samme respondent oppgir at han faktisk leser reklamen og har positivt utbytte av konkrete reklamebrosjyrer. Derfor var en viktig del av undersøkelsen å stille kontrollspørsmål for å avdekke hvordan forbrukerne opplevde den siste, faktiske telefonhenvendelsen fra den organisasjonen vedkommende støtter. Det viser altså et helt annet bilde enn i SIFOs generelle meningsmålinger om telefonsalg.

2. Kommentarer til de ulike forslagene

2.1. Unntaket i mfl § 13 (3) om eksisterende kunde/bidragster

Norges Innsamlingsråd mener det er svært viktig at unntaket i mfl 13 (3) videreføres for frivillige organisasjoner, slik høringsnotatet foreslår.

Det er helt avgjørende for mange organisasjoners inntekter, men ikke bare det; Relasjonene mellom forbruker/giver og organisasjonene bygger på frivillighet, og krav om å erstatte frivilligheten med juridiske avtaler i frivillig sektor er unaturlig, uønsket og temmelig fremmed.

Organisasjonene bruker i dag telefonen til å holde kontakt med aktive medlemmer og støttespillere, for eksempel å ønske nye faddere / fastgivere velkommen, invitere medlemmer eller aksjonister til å engasjere seg i møter eller markeringer, motivere sporadiske givere til å bli faste givere slik at organisasjonen får lavere innsamlingskostnader samtidig med mer forutsigbare inntekter etc. Frivillig sektor bruker telefonen **mer** til denne type relasjonsbygging som forsterker det frivillige engasjementet og knytter støttespillerne sterkere til saken. Sektoren bruker telefonen **mindre** til tradisjonelt «salg». I en undersøkelse blant våre medlemsorganisasjoner er det for eksempel ingen som lenger oppgir at de bruker telefonen til å samle inn enkeltbidrag.

Det finnes særlig én viktig forskjell på kommersiell og frivillig sektor. Å gi til et ideelt formål handler ikke om forbrukers egennyttelighet eller dekning av private behov. Det handler om tilslutning til en god sak, interesse for å hjelpe andre som opplever sykdom, fattigdom eller urettferdighet – eller om å dele et livssyn eller politisk syn innenfor miljøsak, dyrevern eller menneskerettigheter. Det at forbrukeren og organisasjonen deler syn og verdier gjør at en støttespiller har en helt annen forventning om videre oppfølging enn i et næringsdrivende-/kunde-forhold.

En giver forventer takk og en tilbakemelding om hva pengene er gått til. De fleste setter pris på mer informasjon om saken de har støttet. Et medlem eller giver forventer en glødende interesse fra organisasjonen for å oppfylle organisasjonens formål og at den vil arbeide for at givere skal fortsette å delta på frivillig basis – enten økonomisk eller i form av arbeidsinnsats. I over 100 år har organisasjoner som Røde Kors, Frelsesarmeen, Nasjonalforeningen for Folkehelsen, Blindforbundet og ulike trossamfunn drevet basarer, lotterier og innsamlinger og appellert til folk om at «nå må du bli med og støtte». Det er ingen tradisjon for eller forståelse for – og heller ikke samfunnsmessig ønskelig - at slike henvendelser til aktive støttespillere må bygge på en juridisk forhåndsavtale mellom forbrukeren og organisasjonen.

Forbrukervernet er godt ivaretatt ved at alle organisasjoner som følger Innsamlingsrådets bransjenorm har etablert gode rutiner for interne reserverasjoner, og ved at de oppfyller informasjonsplikten som gjør det enkelt for en forbruker å reservere seg direkte hos organisasjonen.

Norges Innsamlingsråd har gjennomgått samtlige klager på telefonsalg i frivillig sektor de siste fem årene, og har ikke sett én eneste klage som gjelder kontakt med personer som er aktive medlemmer eller støttespillere. Klagene gjelder uklare «kundeforhold». Et forslag om å forby all kontakt med aktive medlemmer og støttespillere som er reservert i Brønnøysundregisteret uten å ha inngått en samtykkeavtale med organisasjonen, ville derfor stoppet dialogen med halvparten av organisasjonenes viktigste støttespillere uten at denne gruppen opplever at dagens kontaktform er problematisk eller uønsket. Det ville vært en svært uheldig beslutning med store, negative konsekvenser for det frivillige engasjementet i samfunnet.

Et siste moment, er at frivillig sektor ofte ikke har noen møteplasser for å innhente samtykke. I en giveraksjon hvor man sender inn en giro eller støtter via nettbank eller SMS, mottar organisasjonen bare en elektronisk melding som identifiserer avsender og beløp. Det foregår ikke noe fysisk møte eller toveis dialog. I slike tilfeller er det heller ikke noe skjema eller innmeldingsblankett som giveren skal fylle ut. Det gjør at det i praksis ikke er mulig å innhente samtykke uten gjennom en kostbar prosess ved å kontakte en og en giver i etterkant. Giverne ønsker at pengene skal gå til saken, og ikke til administrasjon, og vil ikke ha noen forståelse for en slik bruk av innsamlede midler. Det som kjennetegner en sporadisk giver er at de har en forventning om å høre fra sin organisasjon fra tid til annen, men de vil selv bestemme når de skal støtte. Disse sender ikke inn skjemaer eller stiller på møter.

Norges Innsamlingsråd anser det utenfor vårt arbeidsområde å uttale oss om forslaget om å oppheve unntaket i § 13 (3) for næringsdrivende.

2.2 Forslaget fra Forbrukerombudet om å kreve skriftlig tilbud og aksept for frivillige organisasjoner

Norges Innsamlingsråd er glad for at forslaget om å kreve skriftlig tilbud og aksept for innsamling ikke blir innført. Det ville ført til unødig ekstraarbeid, økte innsamlingskostnader og mindre penger til formålet.

Det virker naturlig at kunden bekrefter skriftlig før han mottar fysiske varer eller at det iverksettes leveranse av tjenester som for eksempel et nytt strøm- eller telefonabonnement, også dersom selgeren av produktet/tjenesten er en frivillig organisasjon. Ved innsamling er det derimot ingen fysiske produkter som sendes eller tjenester som leveres, og dermed ikke samme behov for en skriftlig bekreftelse.

Ved noen typer innsamling, som inngåelse av faste giveravtaler og fadderskap, benyttes skriftlig bekreftelse allerede i dag, bl.a. fordi det er nødvendig for å inngå avtale om avtalegiro. Derimot blir skriftlig bekreftelse unødvendig fordyrende og komplisert for givere som ikke ønsker en fast avtale, men som foretrekker å få tilsendt en giro for å gi et engangsbidrag på et par hundre kroner. Det må da sendes en sms, epost eller – til eldre givere - et brev som giveren må svare på. Svaret må registreres hos organisasjonen som så kan sende en frivillig giro til giveren. Det vil fordyre innhenting av små bidrag mye, og vil føre til at en mindre andel av gaven går til formålet. Også giverne vil oppfatte at dette gjør det unødvendig vanskelig å gi et enkeltbidrag.

I dag sender organisasjonen et brev og en giroblankett i etterkant av en samtale der den oppringte har sagt ja til å gi en økonomisk støtte. Her skal det fremgå at dette er en frivillig støtte.

Organisasjonene oppgir at bare mellom 50 og 80 prosent av slike giroer om lovet støtte, blir betalt. Det indikerer at forbrukerne forstår at støtten er frivillig. Vi er ikke kjent med at noen seriøse organisasjoner følger opp denne type frivillige gaver med purrebrev.

2.3. Presisere at opplysningsplikten også gjelder muligheten for direkte reservasjon

Det foreslås at mfl § 16 endres slik at frivillige organisasjoner som kontakter person som ikke selv har bedt om å bli kontaktet, skal starte samtalen med å

- straks opplyse om at henvendelsen skjer i markedsføringshensikt
- så opplyse hvem som har gitt personopplysningene som ligger til grunn for samtalen
- opplyse om retten til å reservere seg i reservasjonsregisteret etter § 12 første ledd
- opplyse om retten til å reservere seg hos den enkelte næringsdrivende etter § 12 tredje ledd

Da dette forslaget ble behandlet på medlemsmøte i Norges Innsamlingsråd, var det flere i salen som hadde problemer med å tro at det var seriøst ment.

Det blir en temmelig meningsløs og uengasjerende samtale dersom den må starte med en lang oppramsing av unødige selvfølgheter. For en frivillig aksjonist som brenner for en politisk sak hun ønsker å få et annet menneske til å engasjere seg i, vil det føles helt fremmed og ødeleggende.

Omtrent slik må samtalen lyde for at den skal oppfylle det nye forslaget i mfl § 16:

«Hei, jeg heter N.N. og ringer fra Menneskerettighetsorganisasjonen. Først må jeg fortelle deg at jeg ringer for å få deg til å gi penger. Deretter må jeg fortelle at jeg har fått telefonnummeret og navnet ditt fra Opplysningen 1881. Så må jeg fortelle at du iht. markedsføringslovens § 12 første ledd har rett til å reservere deg i reservasjonsregisteret. Du har iht. markedsføringslovens § 12 tredje ledd rett til å reservere deg direkte hos den næringsdrivende også. Nå er ikke vi næringsdrivende, men etter § 16 så gjelder dette også for frivillige organisasjoners innsamlingsaksjoner.

Hvis du fortsatt er der, så kan jeg fortelle at vi nå samler støtte fra flest mulig for å frigi en politisk fange i Nigeria som er utsatt for ...

Faktisk vil heller ikke denne samtalen tilfredsstillende alle lovkravene, for det finnes en enda lenger liste med opplysningsplikter i Lov om Personopplysninger. Organisasjonene skal på eget initiativ informere om at personopplysninger vil bli registrert av organisasjonen dersom man svarer ja til å delta, og at organisasjonen må gi følgende informasjon:

- navn og adresse på organisasjonen som skal behandle opplysningene
- hva opplysningene skal brukes til (formålet med behandlingen)
- om det er frivillig å gi fra seg opplysningene
- om opplysningene vil/kan bli utlevert til andre
- hvor den registrerte skal henvende seg for å få innsyn i registrerte opplysninger, rettet feil eller slettet/sperret sine personopplysninger
- hvordan opplysningene blir benyttet senere, for eksempel om organisasjonen har som praksis at givere får tilsendt informasjon om organisasjonens arbeid en viss tid fremover
- når personopplysningene blir slettet

I praksis blir dette helt umulig, og i arbeidet med vår bransjenorm fikk vi aksept fra Datatilsynet om at denne informasjonen kan gis skriftlig til de som velger å svare ja på henvendelsen i forbindelse med utsendelse av bekreftelse av avtalen.

Vi er ikke motstandere av informasjonsplikt, men synes at omfanget etter hvert er blitt helt uhåndterlig. Vårt forslag er at denne informasjonen kan gis skriftlig – gjerne i kombinasjon med en nærmere redegjørelse på organisasjonens nettside. Kravet om lange, juridiske oppramsinger før vi kan fortelle hvorfor vi tar kontakt, vil gjøre det nærmest umulig å skape et engasjement hos mulige nye støttespillere.

2.4 Identifikasjon av kundesentre/næringsdrivende/frivillige organisasjoner

Forslaget støttes, og er i samsvar med den praksis som allerede er etablert i vår bransjenorm.

2.5 Skal reservasjonen fortsatt være livslang?

Norges Innsamlingsråd vil peke på et mulig samfunnsproblem som følger av at de aller fleste unge mennesker er reservert mot henvendelser – mange av dem registrert av sine foreldre før de ble myndige.

Det vokser opp en hel generasjon av unge mennesker som har reservert seg mot reklame, men en utilsiktet konsekvens av dette kan være at de også er blitt reservert seg mot samfunnsmessig påvirkning og oppfordring til engasjement. Vi kan aldri sende brev og spørre dem om å bli medlem av en politisk organisasjon, og kan ikke ringe og spørre om de vil støtte en katastrofeinnsamling eller bli med i det lokale redningskorpset.

Det er grunn til å spørre om vi ønsker et samfunn der flertallet har reservert seg på livstid mot påvirkning fra de som ber om hjelp for de svakeste i samfunnet, som reserverer seg mot å høre fra en gruppering som kjemper for tilslutning til sitt politiske syn og mot å bli kontaktet av mennesker som ønsker å gjøre en samfunnsnyttig innsats i lokalsamfunnet.

Bygger lovgivningen på dette punktet opp under det samfunnet vi ønsker å forme for fremtiden?

2.6 Tidsbegrensning for telefonsalg

Vi har ingen innvendinger mot at dagens regler videreføres.

3. Svar på spørsmål til høringsinstansene

3.1 Krav til utforming av fakturaer fra frivillig organisasjoner

Blant medlemsorganisasjonene i Norges Innsamlingsråd er det ingen som har mottatt signaler fra givere eller pårørende om at utformingen av frivillige gave-giroer kan være et problem.

Etter vår oppfatning er den konkrete utforming av giroblanketter fra frivillige organisasjoner en sak på et detaljnivå som ikke bør løses gjennom lovregulering, men av frivilligheten selv gjennom bransjenormen.

Følgende formulering fra Kulturdepartementet i høringsnotatet om å oppheve lov om registrering av innsamlinger, er blitt godt mottatt blant organisasjonene:

*«Økt statlig styring av de frivillige organisasjonenes innsamlingsarbeid bryter med de sentrale prinsippene i regjeringens frivillighetspolitikk og vil kunne begrense organisasjonenes inntektsmuligheter på en måte som ikke er ønskelig. Departementet mener det vil være hensiktsmessig om området styres av frivilligheten, gjennom for eksempel **etiske retningslinjer, bransjenormer og krav som organisasjonene selv kommer til enighet om og følger opp på egnede måter..**»*

Vi har invitert våre medlemsorganisasjoner til å se nærmere på denne saken, og komme med klare råd i en oppdatering av bransjenormen. Aktuelle ting å se på er om det bør fremgå tydeligere av teksten på blanketten at det er en frivillig giro og at feltet for betalingsfrist ikke skal fylles ut dersom det ikke gjelder forhåndsavtalt støtte.

Saken vil også bli tatt opp i våre regelmessige møter med Forbrukerombudet for å finne en løsning som er akseptabel også for dem. Denne saken har ikke vært reist fra Forbrukerombudets side i tidligere møter. Tvert i mot har de formidlet at de mottar svært få klager frivillige organisasjoners skriftlige utsendelser.

3.2. Registrering av opplysninger i Reservasjonsregisteret

Norges Innsamlingsråd har ikke spesielle synspunkter på om det bør bli obligatorisk å registrere telefonnumre for nye registreringer.

På den ene side kan det gjøre det enklere for organisasjonene å vite med sikkerhet hvilke telefonnummer som ikke skal kontaktes. På den annen side kan ajourholdet av dette bli problematisk for forbrukere som disponerer mange telefonnummer med hus, hytte og gjerne flere mobiltelefoner som veksles mellom å bli brukt av ulike personer i husstanden selv om de er registrert på ett navn.

3.3 Informasjon om hvem som har gitt personopplysningene

Det vises til vår bransjenorm, punkt 6.2 og 6.3 samt kapittel 4. Ved skriftlige utsendelser påføres det alltid hvem som har gitt opplysningene, samt kontaktinformasjon for å reservere seg hos leverandøren. Ved telefonhenvendelser skal det opplyses hvem som har gitt personopplysningene dersom det benyttes personopplysninger som ikke er hentet fra organisasjonens eget register og hvor informasjonsplikten til den registrerte allerede er oppfylt. Det er ikke nødvendig å informere særskilt dersom det forut for henvendelsen kun er behandlet *grunddata* som er allment tilgjengelige.

3.4 Krav til interne sperrelistes

På dette punktet vises til vår bransjenorm, punkt 8.1.

Det er organisasjonens ansvar at et eventuelt eksternt kundesenter tar i mot og registrerer forbrukerens ønske om intern reserverasjon på en slik måte at vedkommende ikke blir kontaktet igjen. Vi anser dette som så selvfølgelig at det ikke bør være behov for ytterligere presisering av loven på dette punktet.

I forbindelse med årets oppdatering av bransjenormen vil vi vurdere å tydeliggjøre dette punktet slik at det ikke er noen tvil om hvor ansvaret ligger.

Med vennlig hilsen

Siri Nodland
Generalsekretær
Norges Innsamlingsråd