



FORBRUKERTILSYNET

Mottakere etter adresseliste

Deres ref.

Vår ref.

Dato:

Sak nr: 18/780-1

05.03.2018

Saksbehandler: Anna Holmesland

Dir.tlf:

Orientering om telefonsalg og flerpartssamarbeid

1. Innledning

Forbrukertilsynet fører tilsyn med at næringsdrivendes avtalevilkår og markedsføring som rettes til forbrukere ikke er i strid med markedsføringsloven (mfl.). Vi fører også tilsyn med at næringsdrivende overholder angrerettloven, finansavtaleloven og forbrukervernregler i en rekke andre lover. For mer informasjon, se: <http://www.forbrukertilsynet.no/>.

Reglene for telefonsalg i markedsføringsloven ble endret og delvis strammet inn ved lovvedtak 80 (2016-2017).¹ Endringene trådte i kraft 1. januar 2018. Som etter tidligere regelverk, er det forbudt å rette telefonmarkedsføring til forbrukere som er reservert i Reservasjonsregisteret, med mindre det foreligger et eksisterende kundeforhold eller forbrukeren uttrykkelig har anmodet om å bli oppringt, jf. mfl. § 12, jf. § 13 a. Imidlertid er sistnevnte unntak strammet inn ved at anmodningen må være rettet til en *bestemt* næringsdrivende, se punkt 3.

Forbrukertilsynet har blitt oppmerksom på at det forekommer at næringsdrivende og organisasjoner ringer sine kunder/medlemmer, som er reservert mot telefonsalg i Reservasjonsregisteret, angående varer eller tjenester som tilbys av samarbeidspartnere. Det skjer også at samarbeidspartnerne til aktører som forbrukeren har et kundeforhold til eller medlemskap hos, selv ringer for å markedsføre sine varer eller tjenester på bakgrunn av denne tilknytningen. I dette brevet vil vi derfor orientere om unntaket for telefonmarkedsføring til reserverte forbrukere i eksisterende kundeforhold (punkt 2). Vi vil også redegjøre for unntaket om oppringning på bakgrunn av en uttrykkelig anmodning (punkt 3). Særlig vil vi knytte redegjørelsen opp mot næringsdrivendes flerpartssamarbeid.

Dette orienteringsbrevet sendes til medlemsforeninger og fagforbund under Akademikerne og LO, samt andre utvalgte aktører som etter Forbrukertilsynets syn er relevante mottakere. Se vedlagte adresseliste.

¹ <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Saker/Sak/?p=66670>

2. Unntak for oppringning i eksisterende kundeforhold – mfl. § 12 fjerde ledd

Forbudet mot telefonmarkedsføring til forbrukere som er reservert i Reservasjonsregisteret gjelder ikke ved markedsføring i eksisterende kunde- eller giverforhold der den næringsdrivende har mottatt forbrukerens kontaktopplysninger i forbindelse med salg eller innsamling. Da gjelder unntaket bare for markedsføring av den næringsdrivendes eller organisasjonens *egne ytelser tilsvarende dem som kunde- eller giverforholdet bygger på*. Dette følger av mfl. § 12 fjerde ledd.

At telefonmarkedsføringen må gjelde den næringsdrivendes *egne ytelser* innebærer at man ikke kan ringe forbrukere for å markedsføre *andre* næringsdrivendes produkter eller tjenester. For at det skal være samme næringsdrivende er det avgjørende at det dreier seg om samme juridiske person. Dette gjelder selv om selskapene er innenfor samme konsern. For eksempel kan ikke et datterselskap til den næringsdrivende som forbrukeren har et kundeforhold til, henvende seg til forbrukeren. Den næringsdrivende som forbrukeren har et kundeforhold til, kan heller ikke markedsføre et av datterselskapets produkter eller tjenester.

Videre kan ikke reserverte forbrukere på bakgrunn av et kundeforhold til et fagforbund, en medlemsorganisasjon e.l. ringes opp om tilbud hos forbundets eller organisasjonens samarbeidspartnere. I forarbeidene til de nye telefonsalgsreglene, Prop. 43 L (2016-2017) punkt 3.2.4.4, knytter departementet en særlig merknad til dette. De viser til at enkelte forbrukere opplever å bli oppringt av fagforbunds/organisasjoners samarbeidspartnere uten å ha anmodet om dette, fordi de i kraft av å være medlem i fagforbundet/organisasjonen automatisk også anses som eksisterende kunder hos forbundets eller organisasjonens samarbeidspartnere. Departementet påpeker at dette er ulovlig, og også var det etter dagjeldende regelverk.

At kundeforholdsunntaket ikke omfatter markedsføring av produktene eller tjenestene til for eksempel en medlemsorganisasjons samarbeidspartnere, gjelder selv om forbrukeren som følge av medlemskapet får særlige fordeler hos disse samarbeidspartnere. Produktene og tjenestene til samarbeidspartnere vil ikke anses som medlemsorganisasjonens egne ytelser, uansett om medlemsorganisasjonen står for formidlingen av dem gjennom et fordels- eller lojalitetsprogram. Markedsføringstiltak rettet mot kunder og medlemmer må gjelde varer eller tjenester som skal ytes av vedkommende juridiske person som forbrukeren har inngått avtale med, jf. Ot.prp. nr. 55 (2007/2008) s. 201. Bakgrunnen for denne tolkningen av vilkåret er at reservasjonsretten ikke skal miste sin praktiske betydning.

Videre begrenses unntaket til å gjelde *tilsvarende ytelser* som kundeforholdet bygger på. Av forarbeidene følger det at unntaket er snevert, og de næringsdrivende må ta hensyn til dette i vurderingen av hvorvidt forbrukeren skal kunne kontaktes per telefon. Det betyr likevel ikke at tilsvarende ytelser skal forstås som fullstendig identiske produkter eller tjenester. Utgangspunktet for vurderingen av hvorvidt det er snakk om en tilsvarende ytelse er den faktiske likheten mellom produktene. Videre vil kundens forventninger være et sentralt

moment, som går foran den næringsdrivendes oppfatning av hva det er naturlig å se på som tilsvarende ytelser.

Før øvrig kan en kunde reservere seg mot telefonsalg direkte hos den næringsdrivende, og det vil da være forbudt å rette telefonmarkedsføring til vedkommende, jf. mfl. § 12 andre ledd, jf. § 13 a tredje ledd. Ved innhenting av kontaktopplysningene og ved hver enkelt senere markedsføringshenvendelse, skal kunden informeres om retten til å reservere seg direkte hos den næringsdrivende.

3. Unntaket for uttrykkelig anmodning – mfl. § 12 tredje ledd

Forbudet mot telefonmarkedsføring til forbrukere som er reservert i Reservasjonsregisteret gjelder heller ikke dersom vedkommende har rettet en *uttrykkelig anmodning til en bestemt næringsdrivende* om å motta slik markedsføring, jf. mfl. § 12 tredje ledd.

At anmodningen må være *uttrykkelig*, innebærer at det må foretas en aktiv handling fra forbrukerens side, for eksempel at han eller hun huker av i en boks. At anmodningen må rettes mot en *bestemt* næringsdrivende, innebærer at én enkelt anmodning ikke kan gjelde for flere næringsdrivende eller frivillige organisasjoner på en gang. Anmodningen må rettes til hver enkelt aktør. Dette er en innstramming sammenlignet med tidligere regelverk. Før 1. januar 2018 var det tillatt for konsern, fagforbund og organisasjoner å innhente en anmodning fra kunder eller medlemmer om at flere konsernselskaper eller samarbeidspartnere skulle kunne ta kontakt per telefon.

I forarbeidene til de nye telefonsalgsreglene, Prop. 43 L (2016-2017) punkt 3.2.4.4, behandles kravet til uttrykkelig anmodning i forbindelse med flerpartssamarbeid særskilt. Departementet understreker i proposisjonen at loven skal sikre effektiv beskyttelse mot uønsket telefonmarkedsføring, og at det derfor er lite formålstjenlig å gjøre unntak ved flerpartssamarbeid fra vilkåret om at en anmodning må være rettet til *en bestemt næringsdrivende*. Departementet viser til at vilkåret kun begrenser bruk av *telefon* som markedsføringskanal, og bare overfor en gruppe som ved å reservere seg har gitt generelt uttrykk for at de ikke ønsker denne typen henvendelser.

Dersom det skal være tillatt å rette telefonmarkedsføring til en reservert forbruker som er medlem av et fagforbund, medlemsorganisasjon e.l. om tilbud hos forbundets eller organisasjonens samarbeidspartnere, må det følgelig innhentes en uttrykkelig anmodning til den enkelte næringsdrivende.

Forbrukertilsynet understreker at reserverte forbrukere ikke kan ringes opp på grunnlag som ikke tilfredsstillende til en uttrykkelig anmodning etter den reviderte markedsføringsloven, selv om ringegrunnlagene ble innhentet før 1. januar 2018 og oppfylte kravene etter tidligere lov. Dersom det skal anvendes lister som baserer seg på anmodninger

som ble rettet til flere næringsdrivende eller organisasjoner på en gang, må disse vaskes mot Reservasjonsregisteret, og kun forbrukere som ikke har reservert seg kan kontaktes.

4. Orientering om nye håndhevingsregler

Til informasjon trådte nye håndhevingsregler i markedsføringsloven og angrerettloven i kraft 1. januar 2018.² Forbrukerombudet endret navn til Forbrukertilsynet, og fikk kompetanse til å fatte vedtak i alle saker. Vi jobber fremdeles etter en forhandlingsmodell, men det er ikke lenger et krav om å forsøke å komme til en frivillig ordning før vedtak kan fattes. Hovedformålet med de nye håndhevingsreglene er å styrke og effektivisere forbrukervernet, og å tydeliggjøre vår rolle som tilsyn.

Ved telefonmarkedsføring i strid med mfl. § 12 kan Forbrukertilsynet fatte vedtak om tvangsmulkt og/eller overtredelsesgebyr, jf. mfl. §§ 39-43. Vedtak kan også rettes mot personer eller selskaper som har medvirket til lovbruddene. Forbrukertilsynets vedtak kan klages inn for Markedsrådet.

5. Avslutning

Forbrukertilsynet ber om at dere overholder reglene for telefonsalg i mfl. § 12. Dette innebærer å sørge for at forbrukere som er reservert i Reservasjonsregisteret, og som er i et kundeforhold med dere, ikke ringes opp om varer eller tjenester som tilbys av deres eventuelle samarbeidspartnere, datterselskaper, underleverandører e.l. uten at det er rettet uttrykkelige anmodninger til disse om å motta slik markedsføring.

Oppdatert veiledning om regelverket ved telefonsalg ligger på våre [nettsider](#), og vi oppfordrer dere til å sette dere grundig inn i denne.

Med vennlig hilsen
for Forbrukertilsynet

Tonje Hovde Skjelbostad
avdelingsdirektør

Dokumentet er godkjent elektronisk og har derfor ingen håndskrevet signatur

Vedlegg: adresseliste

² <https://www.stortinget.no/no/Saker-og-publikasjoner/Saker/Sak/?p=67713>