

# BRANCHEAFTALE OM LEADS OG TELEFONSALG

## 1. Brancheaftalens formål og omfang

- 1.1. Denne brancheaftale vedrører teleudbydernes håndtering af indhentede samtykker samt håndtering af telefonsalg til forbrugere.

Formålet med brancheaftalen er at undgå, at der foretages enten aggressivt telefonsalg til forbrugere, eller telefonopkald, som der ikke er givet samtykke til.

- 1.2. Brancheaftalen fastlægger kodeks for anvendelse af samtykker indhentet ved brug af konkurrencer og håndtering af telefonsalg, som teleudbyderne er enige om at overholde, jf. bilag 1 og 2.
- 1.3. Brancheaftalen er åben for enhver teleudbyder i Danmark, uanset medlemskab af Teleindustrien i Danmark (TI).
- 1.4. TI offentliggør løbende Brancheaftalens parter på TI's hjemmeside.
- 1.5. TI anbefaler at de teleudbydere, der tilslutter sig Brancheaftalen, og som gør brug af bureauer til indhentning af samtykker eller gør brug af bureauer med henblik på telesalg, gør bilag 1 og 2 til en del af kontraktgrundlaget mellem bureau og teleudbyder.

## 2. Generelle forhold

- 2.1. Parterne etablerer en kontaktgruppe i regi af TI til sikring af Brancheaftalens efterlevelse, samt med henblik på at lette den gensidige kommunikation teleudbyderne imellem. Kontaktgruppen behandler spørgsmål vedrørende fortolkningen af vilkårene i henholdsvis Brancheaftalen samt bilagene hertil.
- 2.2. Bilag 3 indeholder kontaktoplysninger på kontaktgruppe og skal løbende holdes opdateret.
- 2.3. Kontaktgruppen mødes halvårligt med henblik på at drøfte udviklingen på området, herunder hvorvidt der er forhold der bør adresseres i Brancheaftalen, forhold der bør indskærpes de tilsluttede medlemmer samt hvorvidt TI's Direktørs kontakt med Forbrugeroombudsmanden giver anledning til justering af Brancheaftale.

2.4. TI's Direktør følger halvårligt, eller med anden hensigtsmæssig frekvens, op på Brancheaftalen overfor Forbrugerombudsmanden med henblik på at få dennes vurdering af udviklingen på området dækket af Brancheaftalen.

### **3. Tvister**

3.1. Brancheaftalen er undergivet og skal fortolkes i overensstemmelse med dansk ret.

3.2. Teleudbyderne forpligter sig til i videst muligt omfang at søge at bilægge eventuelle tvistigheder, herunder uenighed om Brancheaftalens fortolkning, ved forhandling.

3.3. Ovenstående begrænser ikke teleudbydernes mulighed for at indbringe spørgsmål vedrørende fortolkningen og anvendelsen af nærværende aftale for administrative myndigheder i det omfang det er muligt i henhold til gældende ret.

### **4. Ændring af Brancheaftalen**

4.1. Hver teleudbyder kan kræve denne Brancheaftale genforhandlet, herunder såfremt forudsætningerne for Brancheaftalen er væsentligt ændret, eller der i øvrigt er rimelig grund hertil, eksempelvis ved ændring af det underliggende lovgrundlag. Genforhandlingen skal starte senest to måneder efter kravet fremsættes.

4.2. Ved genforhandling kræves der fuld enighed for vedtagelse af ændringer.

### **5. Brancheaftalens ikrafttrædelse og opsigelse**

5.1. Brancheaftalen træder i kraft ved førstkommende månedsskifte efter den dato, den er underskrevet af teleudbyderne.

5.2. Hver teleudbyder kan opsigte Brancheaftalen med 6 måneders varsel til udgangen af en måned.

5.3. Såfremt en teleudbyder opsiger denne Brancheaftale, vil Brancheaftalen forsat være gældende for de øvrige teleudbydere.

### **6. Indsendelse**

6.1. Brancheaftalen samt eventuelle justeringer hertil formidles til Forbrugerombudsmanden samt præsenteres ved et møde mellem kontaktgruppen og Forbrugerombudsmanden.

## 7. Bilag

7.1. Nedenstående bilag er en integreret del af denne brancheaftale:

Bilag 1 – Kodeks for anvendelse af samtykke indhentet ved brug af konkurrencer ("leads").

Bilag 2 – Kodeks for Telefonsalg.

Bilag 3 – Kontaktgruppe.

I tilfælde af fortolkningstvivil og/eller uoverensstemmelse, skal ordlyden af bestemmelserne i Brancheaftalen have forrang fremfor bestemmelserne i kodekserne.

## 8. Underskrift

8.1. Brancheaftalen underskrives og fremsendes til TI.

København, september 2019

For:

\_\_\_\_\_

(teleudbyder)

Cvr.nr.:

\_\_\_\_\_

Dato:

\_\_\_\_\_

Stilling:

\_\_\_\_\_

Navn:

\_\_\_\_\_

(blokbogstaver)

Underskrift:

## **Bilag 1 - Kodeks for anvendelse af samtykker indhentet ved brug af konkurrencer ("Leads")**

### **1. Forud for den telefoniske kontakt til en forbruger (indhentning og anvendelse af samtykke)**

- 1.1. En sælger, der ringer på vegne af en teleudbyder ("Sælgeren"), må kun ringe til en forbruger, hvis forbrugeren forudgående har givet sit gyldige samtykke til at blive kontaktet.
- 1.2. Teleudbyderen, på hvis vegne Sælgers henvendelse foretages, har ansvaret for, at det er lovligt at kontakte forbrugeren.
  - 1.2.1. Teleudbyderen skal derfor sikre sig dokumentation for, at den forbruger, der ønskes kontaktet, har givet gyldigt samtykke til, at teleudbyderen må henvende sig i markedsføringsøjemed.
  - 1.2.2. En teleudbyder, der køber samtykker fra en ekstern leverandør, som indhenter disse via konkurrencer ("Lead-leverandør") skal sikre sig, at de indkøbte samtykker er lovligt indhentet, hvilket som minimum skal ske ved:
    - a) Der gives Lead-leverandøren klare og tydelige instruktioner om, hvordan samtykke skal indhentes for at være lovligt (herunder ved at gøre Lead-leverandøren bekendt med denne Brancheaftale og Forbrugerombudsmandens vejledning "Brug af konkurrencer og lignende ved indhentelse af forbrugernes samtykke til markedsføring");
    - b) Der sikres dokumentation for, at de indhentede og købte samtykker, som Sælger anvender i sin telefoniske kontakt til forbrugeren, er lovligt indhentet, så længe samtykket anvendes og indtil 2 år efter, at det har været anvendt sidste gang; og
    - c) Dokumentation skal som minimum bestå af: navn, dato, timestamp, screenshots af konkurrencens udformning og samtykketekst, samt hvilket telefonnummer, der er givet samtykke til at modtage opkald på.
- 1.3. Teleudbyderen og Lead-leverandøren skal ved indhentning af samtykke sikre sig;
  - a) at det er klart og tydeligt for forbrugeren, at vedkommende siger ja tak til at modtage henvendelser, der har til formål at sælge varer/ydelser eller brande en virksomhed. Det må ikke være skjult, sløret, uklart eller gemt væk i konkurrencer, handelsvilkår, betingelser eller lignende;
  - b) at Forbrugeren aktivt skal sige ja. Det er ikke nok at henvise til teleudbyderens eller Lead-leverandørens generelle vilkår eller lignende, selvom forbrugeren der kan læse, hvad de siger ja til. Det skal fremgå tydeligt dér, hvor forbrugeren afgiver sine oplysninger, og forbrugeren skal aktivt krydse et "ja tak"-felt af. Et afkrydsningsfelt må således ikke være afkrydset på forhånd.
  - c) at forbrugeren bliver oplyst om navnet på den teleudbyder, som gerne vil kontakte ham eller hende.

- d) at forbrugeren, før denne giver sin accept, tydeligt oplyses om, hvordan forbrugeren kan blive kontaktet. Det skal således fremgå om teleudbyderen kan ringe, sende en mail eller en sms. Det betyder også, at en teleudbyder, der alene indhenter et samtykke til at ringe til en forbruger, ikke også må sende en e-mail eller sms til forbrugeren.
- 1.4. Teleudbyderen og/eller Lead-leverandøren skal endvidere sikre, at følgende retningslinjer overholdes, når et samtykke indhentes i forbindelse med deltagelse i en konkurrence:
- 1.4.1. Man må gerne præmiere en forbruger for at give samtykke til at modtage markedsføring med deltagelse i en konkurrence mv. Hverken loddet eller præmien må trækkes tilbage, hvis samtykket tilbagekaldes.
- 1.4.2. Man skal tydeligt oplyse forbrugeren om, at han/hun skal give et samtykke til at modtage markedsføring for at deltage i konkurrencen. Det skal oplyses, inden forbrugeren indtaster sine oplysninger og have samme meddelelseseffekt som konkurrenceelementet, dog uden at det er nødvendigt at bruge samme skriftstørrelse.
- 1.4.3. Forbrugeren skal med en aktiv handling vælge at give et samtykke. Samtykket må derfor ikke være forhåndsafkrydset, gemt væk i konkurrencevilkårene, persondatapolitikken eller i bunden af siden.
- 1.4.4. Det skal fremgå, hvilke grupper af varer eller tjenesteydelser, forbrugeren vil modtage markedsføring om.
- 1.4.5. Den teleudbyder, på hvis vegne en Sælger vil kontakte forbrugeren, skal fremgå af samtykketeksten eller maksimalt et klik herfra.
- 1.4.6. Det skal fremgå af samtykketeksten, hvordan forbrugeren kan blive kontaktet.
- 1.4.7. Det skal fremgå af de pågældende konkurrencer mv., hvilken virksomhed (oftest Lead-leverandøren), der står bag selve konkurrencen. Virksomhedens navn, adresse, e-mail og CVR-nr. skal fremgå.
- 1.5. Hvis et samtykke indhentes som led i en konkurrence, skal samtykket anvendes inden for 1 år efter, at forbrugeren har deltaget i konkurrencen. Benyttes samtykket ikke inden for 1 år, bortfalder det. Hvis forbrugeren har givet samtykke til at blive kontaktet via flere kommunikationskanaler, afbrydes 1-års fristen for alle disse kommunikationskanaler, når forbrugeren kontaktes via en enkelt kommunikationskanal.
- 1.6. Børn kan IKKE give samtykke. En samtale skal afbrydes, hvis det bliver klart for Sælger, at der er tale om et barn under 18 år.



## Bilag 2 - Kodeks for Telefonsalg

### 1. Den telefoniske kontakt til forbrugeren

- 1.1. Sælgeren må kun henvende sig til den person, der faktisk har givet samtykket. En forbruger kan ikke give samtykke på en andens vegne. Samtalen skal afbrydes, hvis det bliver klart for Sælger, at den person man taler med ikke selv har afgivet samtykket.
- 1.2. Ønsker forbrugeren under samtalen at tilbagekalde samtykket, skal Sælger registrere dette, således at forbrugeren ikke fremadrettet kontaktes af Sælger på baggrund af samme samtykke. Det er i den forbindelse underordnet, hvem der faktisk har indhentet samtykket og hvem der blot anvender det.
  - 1.2.1 Der må ikke stilles særlige krav til forbrugeren om, hvordan forbrugeren skal tilbagekalde et samtykke, ligesom der heller ikke kan kræves betaling for tilbagekaldelse.
  - 1.2.2 Ønsker forbrugeren at afslutte samtalen, skal dette respekteres umiddelbart herefter, uanset hvor langt i salgsprocessen man er nået.
- 1.3. Sælger skal indlede samtalen med klart og tydeligt at oplyse forbrugeren om følgende:
  - 1) Sælgers navn/alias (navn/alias skal være Sælgers arbejdsgiver bekendt i tilfælde af efterfølgende behov for identifikation);
  - 2) hvilken teleudbyder vedkommende ringer på vegne af;
  - 3) såfremt forbrugeren spørger ind hertil: hvilken Lead-leverandør, der har indhentet forbrugers samtykke, samt hvornår og hvordan samtykket er indhentet; og
  - 4) hvad formålet med opkaldet er (ex. tilbud om ny aftale).
- 1.4 Når en Sælger ringer op til en forbruger, skal forbrugeren kunne se det telefonnummer, der ringes fra. Der må således ikke ringes op fra skjult nummer eller lignende.
- 1.5 Tilbud, der fremsættes under samtalen, skal være klare, sandfærdige og præsenteres på en sådan måde, at forbrugeren ikke bliver vildledt.
- 1.6 Besparelsesudsagn, der fremsættes under samtalen, må ikke vildlede forbrugeren. Forudsætninger for besparelsen skal oplyses, ligesom besparelsesudsagn skal være korrekte og kunne dokumenteres.
- 1.7 Sælger må ikke foregive, at samtalen drejer sig om en undersøgelse, indsamling til godgørende formål eller lign., når det reelle formål er at markedsføre et produkt eller en teleudbyder.
- 1.8 Er forbrugeren ikke kunde hos den teleudbyder, som Sælger ringer på vegne af, skal forbrugeren undervejs i samtalen og på en klar og tydelig måde oplyses om, at forbrugeren, ved at indgå aftale om det oplyste produkt, indgår aftale på nye vilkår med en anden virksomhed end den virksomhed, som forbrugeren aktuelt er kunde hos.

- 1.9 Sælger skal i henhold til forbrugeraftalelovens bestemmelser sikre, at forbrugeren er tilstrækkelig informeret om aftalen inden indgåelse. Hermed forstås de væsentligste egenskaber, karakteristika og vilkår ved det tilbudte produkt.
- 1.10 Budskaberne i Sælgers samtale med forbrugeren må ikke direkte eller ved underforståelse, udeladelse eller dobbelttydighed være egnet til at vildlede forbrugeren.
- 1.11 Der må ikke i samtalen tales nedsættende om andre virksomheder eller deres produkter.
- 1.12 Ved indgåelse af telefoniske aftaler må Sælger ikke udnytte forbrugeren godtroenhed eller mangel på erfaring. Aftaler indgået med umyndige personer må ikke påføre kunder eller pårørende omkostninger ved annullering af aftalen.
- 1.13 Forbrugere må ikke ringes op før kl. 08.00 og ikke senere end kl. 21.00.
- 1.14 Giver forbrugeren udtryk for at tidspunktet for opkaldet ikke er belejligt, eller vurderer Sælger at tidspunkt for samtalen ikke passer forbrugeren, bør Sælgeren ringe tilbage på et andet – evt. aftalt – tidspunkt.
- 1.15 Når der er foretaget et opkald til en forbruger, bør forbrugeren tidligst ringes op igen af teleudbyderen/Sælger 30 dage efter opkaldet, med mindre forbrugeren selv har bedt om at blive ringet op tidligere, eller der ringes tilbage fordi tidspunktet ikke passede, jf. punkt 1.14.





### **Bilag 3 - Kontaktpersoner fra tilsluttede selskaber ("Kontaktgruppen")**

Laura Frovin Frederiksen [LAFR@tdc.dk](mailto:LAFR@tdc.dk)

Rikke Krener-Mortensen [RIKRE@tdc.dk](mailto:RIKRE@tdc.dk)

Kenneth Jarnit [kjt@telenor.dk](mailto:kjt@telenor.dk)

Britt Bess Orbuch Røjtburg [BBEO@telenor.dk](mailto:BBEO@telenor.dk)

Rolf Lykke Eisner [rei@fibia.dk](mailto:rei@fibia.dk)

Hans Bremerholm Jahn [HBJ@stofa.dk](mailto:HBJ@stofa.dk)

Sif Petersen [Sif.Petersen@3.dk](mailto:Sif.Petersen@3.dk)

Brian Zack [brian.zack@teliacompany.com](mailto:brian.zack@teliacompany.com)