



## Gedragcode voor Telemarketing

waarin opgenomen de Code Telemarketing 2012 (CTM) inclusief de bepalingen ten aanzien van gevraagde telefonische oproepen.

### Gedragcode voor Telemarketing (GTM)

In deze Gedragcode voor Telemarketing zijn de gedragsregels opgenomen die van toepassing zijn bij Telemarketing door of namens leden van de brancheverenigingen DDMA en KSF. De GTM heeft tot doel dat Telemarketing door de leden wordt ingezet op een verantwoorde manier zodat het vertrouwen van de consument in Telemarketing niet wordt geschaad.

De GTM bevat de Code Telemarketing 2012 (CTM) inclusief de bepalingen ten aanzien van gevraagde telefonische oproepen zoals die op verzoek van DDMA en KSF worden opgenomen in de Nederlandse Reclame Code. De CTM wordt door de Stichting Reclame Code algemeen verbindend toegepast. Dit wil zeggen dat de CTM geldt voor alle adverteerders die gebruik maken van Telemarketing ongeacht of zij lid zijn van DDMA en KSF.

## A. De Gedragsregels

### Algemeen

#### I.

In deze Code wordt verstaan onder:

#### **Predictive dialer**

Een *predictive dialer* is een computersysteem dat automatisch telefoongesprekken opzet en beantwoorde gesprekken direct doorgeschakeld naar een beschikbare telemarketeer.

#### **Abandoned call:**

een telemarketinggesprek dat wordt opgezet door een *predictive dialer* maar waarvoor geen agent beschikbaar was, om de call vanuit de *dialer* naar door te verbinden, met als gevolg de totstandkoming van een verbinding met de consument zonder dat dit gesprek aan het callcenter wordt aangeboden.

## **Bruto call:**

een door de *dialer* opgezette contactpoging

II.

Het opzetten van telemarketingacties gaat uit van het principe dat de "beller betaalt".

## **Wet- en regelgeving**

III.

Telemarketing dient in overeenstemming te zijn met de GTM waaronder de Code Telemarketing 2012 en wet- en regelgeving, in het bijzonder maar niet beperkt tot de Telecommunicatiewet, Wet bescherming persoonsgegevens, de Wet Oneerlijke Handelspraktijken en de Wet verkoop op afstand, voor zover deze Telemarketing betreffen.

## **(Contractuele) Aansprakelijkheid**

IV.

Telemarketingbureaus en adverteerders zijn beiden verantwoordelijk voor het uitvoeren van telemarketing conform de Telecommunicatiewet en de Gedrags- en Code Telemarketing 2012.

V.

Bij een klacht kan het bepaalde in de contractuele relatie tussen adverteerder en/of telemarketingbureau met betrekking tot de uitvoering van telemarketing – indien strijdig met of afwijkend van deze Code - een consument niet worden tegengeworpen.

## **Abandoned Calls**

VI.

Het telemarketingbureau dient ervoor te zorgen dat het percentage '*abandoned calls*' gemiddeld niet meer bedraagt dan 5% per 24 uur op de bruto calls op de *dialer*.

## **Interactive Voice Response-systeem (IVR)**

VII.

Er is een standaard IVR tekst opgesteld, waarmee de consument in de IVR gewezen wordt op het Recht van verzet en het Bel-me-niet register.

Gebruik van deze tekst wordt dringend geadviseerd. (DOWNLOAD!/te vinden)

Indien de voorbeeldtekst niet wordt gebruikt, biedt het telemarketingbureau/de adverteerder in de IVR minimaal de volgende mogelijkheden aan de consument:

- Opt-out voor benadering door de adverteerder, die de consument heeft benaderd
- Opname in het Bel-me-niet-register met deeluitschrijvingen
- Opname in het Bel-me-niet-register met totaaluitschrijving

## **Training en opleiding telemarketeers**

### *VIII.*

- Adverteerder en telemarketingbureau dienen er zorg voor te dragen dat telemarketeers een instructie krijgen conform de regels van deze Gedragscode, toepasselijke wetgeving en beroepsethische aspecten van een behoorlijke benadering van consumenten. Tevens dienen zij ervoor zorg te dragen dat de telemarketeers de essentie van deze Gedragscode en de toepasselijke wetgeving kennen, door deze onderdeel te maken van de training van de telemarketeer en deze kennis vervolgens op regelmatige basis te testen bij de telemarketeer.
- Adverteerder en telemarketingbureau dienen de telemarketeer te instrueren dat deze geen aanbiedingen doet aan consumenten waarvan hij weet, zou kunnen weten of behoort te weten dat deze handelingsonbekwaam zijn.
- Een samenvatting van de Reclamecode Telemarketing met daarin de zaken die tijdens het voeren van het telemarketinggesprek essentieel zijn, dient binnen handbereik van de telemarketeer te zijn.

### **Overtreding van de Gedragsregels (A)**

- Iedere overtreding van de gedragsregels door leden van de brancheverenigingen die deze GTM onderschrijven, zal ter beoordeling worden voorgelegd aan het bestuur van de verenigingen of een ander daartoe door de vereniging bevoegd orgaan.
- De brancheverenigingen zullen conform de statuten en/of eigen procedurele regels overtredingen sanctioneren.
- De brancheverenigingen kunnen overwegen tegen een lid of niet-lid een actie te starten teneinde de beroepsethiek te waarborgen.

### **Overtreding van de CTM (B)**

- Iedere overtreding van de CTM door de leden van de brancheverenigingen die de GTM onderschrijven zal worden afgehandeld conform de statuten en procedures van de Stichting Reclame Code.
- De brancheverenigingen kunnen conform de statuten en/of eigen procedurele regels de door de SRC vastgestelde overtredingen van de CTM (mede) sanctioneren.

De GTM treedt in werking op 1 juli 2012 en zal een jaar na de inwerkingtreding worden geëvalueerd en waar nodig periodiek worden bijgesteld.

## **B. Code voor Telemarketing 2012 (CTM) zoals opgenomen in de Nederlandse Reclame Code**

### **I. Bepalingen met betrekking tot Telemarketing**

De CTM is van toepassing op telefoongesprekken tussen telemarketeer en consumenten, waarbij consumenten met een Nederlands telefoonnummer worden benaderd.

#### Artikel 1

In deze code wordt verstaan onder:

#### **telemarketing:**

het planmatig en systematisch gebruikmaken van het telefoongesprek om ongevroegd aan consumenten goederen, diensten of denkbeelden aan te prijzen; hieronder wordt mede verstaan het vragen van diensten. Hieronder wordt echter niet verstaan het gebruik van het telefoongesprek voor deelname aan onderzoek voor historische, statistische of wetenschappelijke doeleinden;

#### **telemarketingbureau:**

de organisatie/het organisatieonderdeel die/dat zich (onder andere) bezighoudt met telemarketing;

#### **telemarketeer:**

de persoon die zich in uitvoerende zin met telemarketing bezighoudt;

#### **adverteerder:**

een bedrijf, instelling of (non-profit-) organisatie dat/die hetzij in eigen beheer hetzij via een telemarketingbureau door middel van telemarketing reclame maakt;

#### **consument:**

een natuurlijke persoon. In deze Code wordt hier tevens onder verstaan: een natuurlijke persoon die handelt in de uitoefening van beroep of bedrijf;

#### **telemarketinggesprek:**

het gesprek waarin telemarketing wordt toegepast.

**Concrete terugbelafpraak:** de afspraak met een concreet onderwerp, datum en tijdsindicatie die de telemarketeer maakt met de consument omdat een telemarketinggesprek niet gelegen kwam.

### **Bel-me-niet register**

een register waarin de contactgegevens van de consument worden opgenomen, die daarmee te kennen geeft dat hij ongevraagde communicatie via telemarketing niet wenst te ontvangen.

### **Recht van Verzet:**

het in de Telecommunicatiewet opgenomen recht van de consument om zich rechtstreeks bij de adverteerder te verzetten tegen het verdere gebruik van zijn contactgegevens voor telemarketing door de adverteerder.

### **Ontdubbelen:**

het vergelijken van het bestand dat wordt ingezet voor telemarketing met het Bel-me-niet register en de eigen suppressielijst (Recht van verzet-lijst) van de adverteerder.

### **Interactive Voice Response (IVR)**

het systeem dat gebruikt kan worden om de consument in ieder telemarketinggesprek actief te wijzen op het Recht van verzet en het Bel-me-niet register en dat onmiddellijke opname in het Bel-me-niet register faciliteert.

### Artikel 2

Telemarketinggesprekken door de adverteerder zijn toegestaan, tenzij de consument via het uitoefenen van het Recht van verzet aan de adverteerder heeft aangegeven hierop geen prijs te stellen.

### Artikel 3

Lid 1

Telemarketinggesprekken door de adverteerder zijn toegestaan, tenzij de consument via het Bel-me-niet register heeft aangegeven hierop geen prijs te stellen.

Lid 2

Het eerste lid is niet van toepassing voor zover de contactgegevens:

- a. Door de adverteerder zijn verkregen in het kader van de verkoop van een product of dienst of in het kader van een schenking aan een ideële of charitatieve organisatie, en
- b. De adverteerder deze contactgegevens gebruikt voor telemarketing met betrekking tot eigen gelijksoortige producten of diensten of schenkingen aan de ideële of charitatieve organisatie.

#### Artikel 4

##### Lid 1

Bij aanvang van elk telemarketinggesprek dient de telemarketeer, na het commerciële, ideële of charitatieve oogmerk van het gesprek duidelijk te hebben gemaakt, te vragen of het telemarketinggesprek gelegen komt.

##### Lid 2

Indien het niet uit het commerciële, ideële of charitatieve oogmerk blijkt dient, als het gesprek gelegen komt, de telemarketeer aan te geven wie de adverteerder is en wat het doel van het gesprek is.

##### Lid 3

Indien de telemarketeer, gelet op het aanbod, verwacht dat het telemarketinggesprek langer zal duren dan 5 minuten, dient de telemarketeer aan te geven wat de vermoedelijke gespreksduur zal zijn.

#### Artikel 5

##### Lid 1

Indien het telemarketinggesprek ongelegen komt, dient de telemarketeer het gesprek te beëindigen.

##### Lid 2

Alvorens het telemarketinggesprek te beëindigen omdat het ongelegen komt, mag de telemarketeer vragen of het gesprek op een ander tijdstip wél schikt. In geval de consument geen concrete belafsprake maakt, geldt artikel 12 onverkort bij een nieuwe poging de consument te benaderen voor een telemarketinggesprek.

#### Toelichting

Er mag gevraagd worden of het gesprek op een ander tijdstip wél schikt. Bij voorkeur maakt de telemarketeer een concrete terugbelafsprake, waarbij het telemarketingbureau zich zal inspannen om deze afspraak na te komen. Wordt er geen concrete terugbelafsprake gemaakt, dan moet de telemarketeer de consument wijzen op het Recht van verzet en het Bel-me-niet register en hem de mogelijkheid aanbieden tot opname in het Bel-me-niet register.

#### Artikel 6

Indien de consument te kennen heeft gegeven het telemarketinggesprek tussentijds te willen beëindigen, dient de telemarketeer hieraan onmiddellijk gehoor te geven. De telemarketeer dient altijd – tenzij de consument de verbinding zelf vroegtijdig verbreekt – te voldoen aan het bepaalde in artikel 12.

### Artikel 7

Het is de telemarketeer niet toegestaan

- a. een telefoonantwoordapparaat of voicemailstelsysteem of andere randapparatuur van de consument in te spreken;
- b. de IVR (zie artikel 13) door te schakelen naar een telefoonantwoordapparaat of voicemailstelsysteem.

### Artikel 8

Het gebruik van automatische oproepsystemen zonder menselijke tussenkomst om opgenomen berichten met een commercieel, ideëel of charitatieve boodschap met behulp van telemarketing over te brengen is niet toegestaan, tenzij

- a. De adverteerder hiervoor voorafgaande toestemming van de consument heeft verkregen conform de wettelijke vereisten.
- b. De contactgegevens door de adverteerder zijn verkregen in het kader van de verkoop van een product of dienst of een schenking aan een ideële of charitatieve organisatie, en deze door de adverteerder worden gebruikt voor telemarketing met betrekking tot eigen gelijksoortige producten of diensten of schenkingen aan de ideële of charitatieve organisatie.

### Artikel 9

Lid 1

Telemarketinggesprekken mogen uitsluitend worden gevoerd van 09.00 uur tot 22.00 uur op werkdagen en van 10.00 uur tot 16.00 uur op zaterdagen. Buiten deze tijden, op zondagen en op officieel erkende feestdagen is telemarketing niet toegestaan.

Lid 2:

Op 5 december, 24 december en 4 mei is het niet toegestaan na 18.30 uur telemarketinggesprekken te voeren.

Lid 3:

Telemarketingbureaus mogen afwijken van het bepaalde in lid 1 en 2 van dit artikel indien het een concrete terugbelafspraak betreft.

### Artikel 10

Oneerlijke en misleidende benadering is niet toegestaan. Hetgeen in de artikelen 7 en 8 Nederlandse Reclame Code staat, is onverkort van toepassing.

### Artikel 11

Het is niet toegestaan aanbiedingen te doen aan consumenten waarvan de telemarketeer weet, zou kunnen weten of behoort te weten dat deze 16 jaar of jonger zijn.

### Artikel 12

Bij elk telemarketinggesprek dient de consument gewezen te worden op het Recht van verzet en het Bel-me-niet register en wordt hem de mogelijkheid geboden tot opname in het Bel-me-niet register, tenzij er in het eerste gesprek een concrete terugbelafspraak gepland wordt, waarin de consument alsnog op deze rechten gewezen wordt.

### Artikel 13

#### Lid 1

Indien gebruik wordt gemaakt van een Interactive Voice Response-systeem (IVR) om te voldoen aan het bepaalde in artikel 12, dient de telemarketeer in het telemarketinggesprek duidelijk en ondubbelzinnig aan te kondigen dat de consument zich via de IVR kan afmelden voor telemarketing.

### Toelichting

Gebruik van de IVR om het Recht van verzet en Bel-me-niet register aan te bieden in een telemarketinggesprek is toegestaan, mits de IVR op ondubbelzinnige wijze wordt aangekondigd door de telemarketeer. Het moet de consument duidelijk zijn dat hij zich via de IVR kan afmelden voor telemarketing. Dit kan bijvoorbeeld door gebruik te maken van onderstaande voorbeeldzin:

**öMeneer/mevrouw [NAAM], ik dank u hartelijk voor uw tijd. Ik wil u nog even wijzen op uw rechten in telemarketing. Als u nog even aan de lijn blijft wordt u door middel van een bandje het Recht van verzet en het Bel-me-niet register aangeboden. Prettige dag.ö**

#### Lid 2:

Indien er gebruik wordt gemaakt van een IVR worden hierin de volgende mogelijkheden geboden aan de consument:

1. Recht van verzet voor benadering voor telemarketing door de adverteerder voor wie is gebeld, en;
2. opname in het Bel-me-niet-register met deelschrijvingen en opname in het Bel-me-niet-register met totaaluitschrijving, zonder deelschrijvingen.

#### Lid 3:



Indien de consument gedurende het telemarketinggesprek aangeeft niet meer door de adverteerder gebeld te willen worden (Recht van verzet) of gebruik wenst te maken van de mogelijkheid tot opname in het Bel-me-niet register en tevens aangeeft geen gebruik te willen maken van de IVR, mag de IVR niet worden afgespeeld en dient de telemarketeer de verzoeken handmatig te verwerken.

## **II. Bepalingen met betrekking tot gevraagde telefonische oproepen**

### Artikel 14

In deze code wordt verstaan onder:

#### **Gevraagde oproep:**

een gesprek met commercieel, charitatief of ideëel oogpunt waarom de consument zelf ondubbelzinnig en uitdrukkelijk heeft verzocht.

### Artikel 15

Een gevraagde oproep door de adverteerder is toegestaan.

### Artikel 16

Bij een gevraagde oproep aan een consument door de adverteerder zijn artikel 4 lid 1 t/m 3, 9 lid 3, 10 en 18 van deze Code onverwijld van toepassing.

### Artikel 17

De adverteerder dient bij een gevraagde oproep de consument, indien hij hierom vraagt, te informeren wanneer en op welke wijze de consument de adverteerder heeft verzocht om het telemarketinggesprek.

## **III. Klachtenbehandeling CTM**

### Artikel 18

Lid 1:

Een ieder die meent in strijd met deze code telefonisch benaderd te zijn, kan zich hierover schriftelijk, telefonisch en per e-mail beklagen bij de adverteerder of bij het telemarketingbureau.

In dat geval wordt ervan uitgegaan dat zowel de adverteerder als het telemarketingbureau partij in de procedure zijn als bedoeld in het tweede lid van dit artikel.

De ontvanger van de klacht is gehouden de klacht te onderzoeken en de klager zo snel mogelijk, uiterlijk binnen vier weken, te informeren over de uitkomst van dit onderzoek.

Indien de klacht gericht is aan de adverteerder dient deze op eerste verzoek naam en adres van het telemarketingbureau bekend te maken.

Lid 2:

De klager die niet tijdig is geïnformeerd overeenkomstig het vorige lid van dit artikel, of de afhandeling van zijn klacht onbevredigend acht, kan vervolgens een klacht indienen bij de Stichting Reclame Code, overeenkomstig de statuten en reglementen van deze Stichting. De klacht moet bij gebreke van een tijdige reactie door de adverteerder (dan wel telemarketingbureau) uiterlijk binnen vier weken na het verstrijken van de in het vorige lid bedoelde termijn en bij bezwaar tegen een gegeven reactie binnen vier weken na ontvangst van die reactie worden ingediend bij de Stichting Reclame Code, tenzij de klager aannemelijk maakt dat dat redelijkerwijze niet van hem verlangd kan worden.

#### **IV. Inwerkingtreding CTM**

##### Artikel 19

Deze code treedt in werking op 1 juli 2012 en zal na een jaar na de inwerkingtreding worden geëvalueerd en waar nodig periodiek worden bijgesteld.