

## Code voor Telemarketing 2020 (CTM)

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

### I.

#### Artikel 1 Definities

In deze code wordt verstaan onder:

**Telemarketing:** het planmatig en systematisch gebruikmaken van het telefoongesprek om ongevraagd aan consumenten goederen, diensten of denkbepelden 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;

**Telemarketinggesprek:** het gesprek waarin telemarketing wordt toegepast.

**Telemarketeer:** de persoon die zich in uitvoerende zin met telemarketing bezighoudt;

**Telemarketingbureau:** de organisatie (waaronder ZZP'ers) die zich (onder andere) bezighoudt met telemarketing, ook wel facilitaire contact centerorganisaties genoemd;

**Adverteerder:** de organisatie die opdracht geeft om telemarketing uit te voeren. Dat kan een direct richting de consument adverterende organisatie zijn. Dit kan ook een intermediair van diensten of producten zijn. In elk geval wordt hier niet het telemarketingbureau bedoeld.

**Consument:** een natuurlijke persoon. In deze Code wordt hier tevens onder verstaan: een natuurlijke persoon die handelt in de uitoefening van beroep of bedrijf, zoals ZZP, VOF, maatschap of een eenmanszaak;

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

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

**Bel-me-niet register:** een register waarin de contactgegevens van de consument worden opgenomen, die daarmee te kennen geeft dat hij ongevraagde communicatie, anders dan door organisaties waar de consument klant van is, 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.

**Intermediair:** de organisatie die voor eigen rekening en risico, en in de rol van verwerkingsverantwoordelijke in de zin van artikel 4 AVG, klanten werft en deze contracten verkoopt aan één of meer adverteerders die zich op de consument richten.

**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 Voorwaarden Telemarketing**

Telemarketinggesprekken door de adverteerder zijn toegestaan als de consument

### **Lid 1**

niet is opgenomen in het Bel-me-niet register, of

### **Lid 2**

klant/donateur is en geen gebruik heeft gemaakt van het recht van verzet jegens de adverteerder, voor zover de contactgegevens:

- 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;
- de adverteerder deze contactgegevens gebruikt voor telemarketing met betrekking tot eigen gelijksoortige producten, diensten of schenkingen aan de ideële of charitatieve organisatie.

## **Artikel 3 Klanttermijn**

### **Lid 1**

Voor ieder telemarketinggesprek in de zin van artikel 2 lid 2 dient de Adverteerder met een balancing test af te wegen binnen welke termijn telemarketinggesprekken gevoerd kunnen worden. Deze balancing test moet schriftelijk worden vastgesteld.

### **Lid 2**

Voor ieder telemarketinggesprek in de zin van artikel 2 lid 2 geldt een maximumtermijn van 3 jaar. Deze termijn vangt aan na afloop van een lopende dienstenovereenkomst, donateurschap of na laatste afname van een product.

### **Lid 3**

Een uitzondering op de maximumtermijn van 3 jaar kan aangevraagd worden bij de Klantrelatie Commissie door middel van het indienen van een afweging gemaakt met behulp van een balancing test. De samenstelling, bevoegdheid en procedures van de Klantrelatie Commissie worden vastgelegd in een nadere regeling. Dit geldt ook voor de criteria waaraan een onderbouwd verzoek moet voldoen.

## **Toelichting**

*Met klanttermijn wordt hier enkel bedoeld de periode waarbinnen gebeld kan worden.*

*Met een balancing test kan worden aangetoond dat de termijn waarbinnen een klant gebeld mag worden, overeenkomt met de aard van de overeenkomst/dienst/product, en de verwachting van de klant. Een template van een balancing test is beschikbaar gesteld door DDMA op [ddma.nl](http://ddma.nl).*

*Er is sprake van afname van een product en/of dienst wanneer er een verplichting tot een financiële transactie is ontstaan.*

## **Artikel 4 Gelegenheidsvraag**

### **Lid 1**

Bij aanvang van elk telemarketinggesprek dient de telemarketeer aan te geven wie de adverteerder

is en dient hij 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 telemarketinggesprek ongelegen komt, dient de telemarketeer het gesprek te beëindigen.

#### **Lid 3**

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 terugbelafsprake 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 wel 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. Indien de consument nog niet is opgenomen in het Bel-me-niet register moet hem ook de mogelijkheid worden geboden tot opname in het Bel-me-niet register.*

### **Artikel 5      Transparantie**

#### **Lid 1**

Indien het niet uit het commerciële, ideële of charitatieve oogmerk blijkt dient de telemarketeer aan te geven wat het doel van het gesprek is. Het is tevens verplicht om aan het einde van het gesprek, of in de IVR de handelsnaam van de adverteerder kenbaar te maken.

#### **Toelichting**

*De naam van de adverteerder moet een handelsnaam zijn die ingeschreven is bij de KvK.*

*Een intermediair mag nooit de indruk wekken dat*

- *voor meerdere adverteerders wordt opgetreden terwijl er in werkelijkheid vanuit één adverteerder wordt opgetreden.*
- *een totaalbeeld van de markt wordt gegeven wanneer er in werkelijkheid maar een selecte groep adverteerders wordt vertegenwoordigd*
- *hij een onafhankelijke organisatie is wanneer hij in werkelijkheid wordt beïnvloed door provisies.*

#### **Lid 2**

Adverteerders komen overeen met hun telemarketingbureaus, en overige door hen (al dan niet direct) ingeschakelde derden zoals intermediairs en prijsvergelijkers, om ook conform deze code te werken en in het algemeen de toepasselijke wetgeving en zelfregulering met betrekking tot consumentenverkoop na te leven. Adverteerders en telemarketingbureaus dienen schriftelijke bewijsvoering van juiste toepassing van de transparantiemaatregelen aan te houden.

#### **Toelichting**

*De schriftelijke bewijsvoering van juiste toepassing van de transparantiemaatregelen moet, rekening houdend met belvolume, passend worden bijgehouden.*

#### **Lid 3**

Bij elk telemarketinggesprek dient te worden gebeld met een werkend en zichtbaar telefoonnummer, waarop de adverteerder gratis of tegen gebruikelijke belkosten teruggebeld kan

worden. Het bedoelde telefoonnummer moet bereikbaar zijn, met een live medewerker, of moet minstens een opgenomen boodschap bevatten, waaruit blijkt hoe de consument verzet tegen telemarketing kan aantekenen.

Het bedrijf moet via het bedoelde telefoonnummer via de medewerker of de opgenomen boodschap kenbaar maken; de KvK geregistreerde handelsnaam, en een werkende URL waarop deze organisatie kan worden gevonden. Deze handelsnaam moet vindbaar zijn bij de KvK.

### **Toelichting**

*Bellen met een werkend en zichtbaar telefoonnummer betekent dat het bellen met een anoniem nummer nooit is toegestaan. De URL moet een werkende URL zijn die eenvoudig is te verstaan en te onthouden is voor de consument. De adverteerder mag een telemarketingbureau inschakelen om de bereikbaarheid te garanderen met live medewerkers, zolang dat telemarketingbureau die lijn direct opneemt met de naam van de betreffende adverteerder. Indien wordt gekozen voor een live medewerker, dienen deze medewerkers getraind te zijn. Medewerkers dienen het verschil tussen het recht van verzet en inschrijving in het Bel-me-niet register professioneel uit te kunnen leggen en indien gewenst de consument te begeleiden bij zijn verzet.*

#### **Lid 4**

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

### **Artikel 6 Beëindigen**

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 Voicemailstelsysteem**

Het is de telemarketeer niet toegestaan

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

### **Artikel 8 Automatische oproepsystemen**

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.

### **Artikel 9 Planning**

#### **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 terugbelafpraak betreft.

### Artikel 10 Oneerlijke en misleidende benadering

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

### Artikel 11 Minderjarigen

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 Recht van verzet en Bel-me-niet register

Bij elk telemarketinggesprek dient de consument gewezen te worden op het recht van verzet en bij elk telemarketinggesprek wordt hem de mogelijkheid geboden tot opname in het Bel-me-niet register, tenzij de consument al in het Bel-me-niet register is opgenomen.

Het recht van verzet en de mogelijkheid tot opname in het Bel-me-niet register is niet verplicht indien er in het telemarketinggesprek een concrete terugbelafpraak gepland wordt, waarin de consument alsnog op deze rechten gewezen wordt.

### Toelichting

*Uiterlijk vier weken na indienen, moet het verzet zijn verwerkt. Adverteerder en telemarketingbureaus zorgen ervoor dat ze voorafgaand aan het bellen de nummers met het Bel-me-niet register kunnen ontdebelen.*

### Artikel 13 Interactive Voice Response (IVR)

#### Lid 1

Indien gebruik wordt gemaakt van een IVR om te voldoen aan het bepaalde in artikel 12 en artikel 5 het eerste lid, 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 indien consumenten daar nog niet in staan ook het 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*

*"Meneer/mevrouw, als u nog even aan de lijn blijft kunt u ervoor zorgen dat u niet meer door ons gebeld wordt."*

#### Lid 2

Indien er gebruik wordt gemaakt van een IVR wordt hierin het volgende aangeboden aan de consument:

1. de bij de KvK geregistreerde handelsnaam van de uiteindelijke adverteerder en een werkende URL waarop deze adverteerder kan worden gevonden, en;
2. het recht van verzet voor benadering voor telemarketing door de adverteerder voor wie is gebeld, en;

- opname in het Bel-me-niet-register, tenzij de consument al in het Bel-me-niet register is opgenomen.

### **Lid 3**

Indien de consument gedurende het telemarketinggesprek aangeeft niet meer door de adverteerder gebeld te willen worden (recht van verzet), mag de IVR niet worden afgespeeld en dient de telemarketeer de verzoeken handmatig te verwerken. Indien de consument gebruik wenst te maken van de mogelijkheid tot opname in het Bel-me-niet register dient de telemarketeer het verzoek handmatig te verwerken, tenzij de consument al in het Bel-me-niet register is opgenomen, in dat geval dient de telemarketeer dit te duiden en het recht van verzet aan te bieden.

### **Toelichting**

*Wanneer het recht van verzet wordt ingediend jegens een intermediair, betekent dat niet dat de adverteerder(s)/merken die hij aanbiedt je ook niet meer mogen bellen. Bij het registreren van het verzet legt de intermediair uit dat het verzet wordt doorgevoerd binnen de eigen organisatie, maar dat de consument nog wel direct door adverteerders die hij heeft aangeboden kan worden gebeld en dat als hij dat niet wil hij aldaar verzet aan kan tekenen, bijvoorbeeld via de website.*

## **II.**

### **Artikel 14      Gevraagde oproepen**

Een gevraagde oproep door de adverteerder is toegestaan. Bij een gevraagde oproep aan een consument door de adverteerder zijn artikel 4, 5, 9 en 15 van deze Code onverwijld van toepassing.

### **Artikel 15      Duiden verzoek**

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.**

### **Artikel 16      Klachtenbehandeling**

#### **Lid 1**

Een ieder die meent in strijd met deze code telefonisch benaderd te zijn, kan hierover schriftelijk of per e-mail een klacht indienen bij de desbetreffende adverteerder. De adverteerder is gehouden de klacht te onderzoeken en de klager zo snel mogelijk, uiterlijk binnen vier weken, te informeren over de uitkomst van dit onderzoek. Er wordt van uitgegaan dat zowel de adverteerder als het telemarketingbureau partij in de procedure zijn als bedoeld in het tweede lid van dit artikel.

#### **Lid 2**

Een ieder die niet binnen vier weken is geïnformeerd of die de afhandeling van zijn klacht onbevredigend acht, kan een klacht indienen bij de Stichting Reclame Code, overeenkomstig de statuten en reglementen van deze Stichting.

## **IV.**

### **Artikel 17      Inwerkingtreding**

Deze code treedt in werking op (datum). De CTM zal na een jaar na de inwerkingtreding worden geëvalueerd en waar nodig periodiek worden bijgesteld.

### **Overtreding van de CTM**

Iedere overtreding van de CTM door de leden van de brancheverenigingen die de CTM 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.