

# Code voor Telemarketing 2021 (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 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, als bedoeld in artikel 89 AVG;

„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. In elk geval wordt hier niet het *telemarketingbureau* bedoeld.

„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.

„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 terugbelafsprak” : 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.

„Klanttermijn” : Met *klanttermijn* wordt in deze Code enkel bedoeld de periode, na afloop van een lopende dienstenovereenkomst, donateurschap of na laatste afname van een product, waarbinnen *telemarketinggesprekken* zijn toegestaan.

„Recht van Verzet” : het in de Telecommunicatiewet opgenomen recht van de *consument* om zich rechtstreeks bij de *adverteerder* of *intermediair* te verzetten tegen het verdere gebruik van zijn contactgegevens voor *telemarketing* door de *adverteerder* of *intermediair*.

„Interactive Voice Response (IVR)” : het systeem dat gebruikt kan worden om de *consument* in ieder *telemarketinggesprek* actief te wijzen op het *recht van verzet*.

#### Artikel 2 Voorwaarden Telemarketing

- Lid 1 *Telemarketinggesprekken* door *adverteerders* of *intermediairs* is uitsluitend toegestaan als de betreffende *adverteerder* of *intermediair* kan aantonen dat de *consument* daarvoor toestemming heeft verleend.
- Lid 2 *Telemarketinggesprekken* door de *adverteerder* zijn toegestaan als de *consument*;
- klant/donateur is en geen gebruik heeft gemaakt van het *recht van verzet* jegens de *adverteerder*, en 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 dat plaatsvindt na afloop van een lopende dienstenovereenkomst, donateurschap of na laatste afname van een product geldt een maximum *klanttermijn* van 3 jaar.
- Lid 2 Een uitzondering op de maximumtermijn van 3 jaar kan aangevraagd worden bij de Klanttermijn Commissie door middel van het indienen van een beargumenteerde afweging waar de *adverteerder* de belangen van de impact op de consument afweegt tegenover de belangen van zijn organisatie. De samenstelling, bevoegdheid en procedures van de Klanttermijn Commissie zijn vastgelegd in een nadere regeling. Dit geldt ook voor de criteria waaraan een onderbouwd verzoek moet voldoen.

#### *Toelichting*

*Er is sprake van afname van een product en/of dienst wanneer er een verplichting tot een financiële transactie is ontstaan. [Een template van een balanstest is beschikbaar gesteld door DDMA](#). Deze balanstest is een hulpmiddel om te bepalen hoe lang je als organisatie de contactgegevens van oud-klanten mag gebruiken voor telemarketing.*

#### Artikel 4 Gelegenheidsvraag

- Lid 1
- a. Na het commerciële, ideële of charitatieve doel van het gesprek duidelijk te hebben gemaakt, dient de *telemarketeer* te vragen of het *telemarketinggesprek* gelegen komt.
  - b. Bij aanvang van elk *telemarketinggesprek* dient de *telemarketeer* aan te geven wie de *adverteerder* is.
  - c. Indien wordt gebeld door een *intermediair* dient bij aanvang van elk *telemarketinggesprek* eerst de handelsnaam van de *intermediair* te worden genoemd. 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.

*Toelichting*

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

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 terugbelafsprak* 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 terugbelafsprak, waarbij het telemarketingbureau zich zal inspannen om deze afspraak na te komen. Wordt er geen concrete terugbelafsprak gemaakt, dan moet de telemarketeer de consument wijzen op het recht van verzet.*

Artikel 5      Transparantie

Lid 1 Het is verplicht om aan het einde van het gesprek, of in de *IVR* de handelsnaam van de *adverteerder* of *intermediair* kenbaar te maken.

Lid 2 *Adverteerders* dienen er zorg voor te dragen dat hun *telemarketingbureaus*, en overige door hen (al dan niet direct) ingeschakelde derden zoals *intermediairs*, ook conform deze code werken en in het algemeen de toepasselijke wetgeving en zelfregulering met betrekking tot consumentenverkoop na te leven. *Adverteerders*, *intermediairs* 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 passend worden bijgehouden.*

Lid 3 a. Bij elk *telemarketinggesprek* dient te worden gebeld met een werkend en zichtbaar telefoonnummer, waarop de *adverteerder* of *intermediair* 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.

b. De *adverteerder* of *intermediair* moet via het bedoelde telefoonnummer via de medewerker of de opgenomen boodschap kenbaar maken; de KvK geregistreerde handelsnaam, en een werkende, eenvoudig te verstaan en te onthouden URL waarop deze organisatie kan worden gevonden. De 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 adverteerder of intermediair 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 of intermediair.*

- 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 Voicemailsysteem

Het is de *telemarketeer* niet toegestaan

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

#### 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

Bij elk *telemarketinggesprek* dient de *consument* gewezen te worden op het *recht van verzet*. Het *recht van verzet* aanbieden is niet verplicht indien er in het *telemarketinggesprek* een *concrete terugbelafpraak* gepland wordt, waarin de *consument* alsnog op dit recht gewezen wordt.

#### *Toelichting*

*Uiterlijk vier weken na indienen, moet het verzet zijn verwerkt.*

#### 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* 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 *adverteerder* of *intermediair* en een werkende URL waarop deze *adverteerder* of *intermediair* kan worden gevonden, en;
2. het *recht van verzet* voor benadering voor *telemarketing* door de *adverteerder* of *intermediair* voor wie is gebeld.

Lid 3 Indien de *consument* gedurende het *telemarketinggesprek* aangeeft niet meer door de *adverteerder* of *intermediair* gebeld te willen worden (*recht van verzet*), mag de *IVR* niet worden afgespeeld en dient de *telemarketeer* de verzoeken handmatig te verwerken.

#### *Toelichting*

*Wanneer het recht van verzet wordt ingediend jegens een intermediair, betekent dat niet dat de adverteerders/merken die hij aanbiedt de consument 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* of *intermediair* is toegestaan. Bij een *gevraagde oproep* aan een *consument* door de *adverteerder* of *intermediair* zijn artikel 4, 5, 9 en 15 van deze Code onverwijld van toepassing.

#### Artikel 15 Duiden verzoek

De *adverteerder* of *intermediair* dient bij een *gevraagde oproep* de *consument*, indien hij hierom vraagt, te informeren wanneer en op welke wijze de *consument* de *adverteerder* of *intermediair* 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* of *intermediair*. De *adverteerder* of *intermediair* 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 is van toepassing met ingang van 1 maart 2020. Voor artikel 3 geldt een overgangstermijn van 3 maanden. 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.