



Innst. 268 L

(2016–2017)

Innstilling til Stortinget fra familie- og kulturkomiteen

Prop. 43 L (2016–2017)

Innstilling fra familie- og kulturkomiteen om Endringer i markedsføringsloven (telefonmar- kedsføring mv.)

Til Stortinget

1. Sammendrag

1.1 Innledning

Barne- og likestillingsdepartementet foreslår i proposisjonen endringer i regelverket for telefonmarkedsføring i markedsføringsloven (m.fl.), med det formål å sikre at forbrukere som har tatt et aktivt valg og reservert seg mot telefonmarkedsføring, i størst mulig grad skal slippe denne salgsformen.

Etter gjeldende rett kan forbrukere reservere seg mot telefonmarkedsføring fra næringsdrivende og frivillige organisasjoner. Dette gjøres i Reservasjonsregisteret som forvaltes av Brønnøysundregistrene. Over to millioner nordmenn har reservert seg mot telefonmarkedsføring i Reservasjonsregisteret, og nesten like mange har reservert seg mot henvendelser fra frivillige organisasjoner.

Det er i utgangspunktet forbudt for næringsdrivende og frivillige organisasjoner å rette telefonmarkedsføring til forbrukere som har reservert seg. Telefonhenvendelser er likevel tillatt dersom forbrukeren uttrykkelig har anmodet om å bli kontaktet av den næringsdrivende eller den frivillige organisasjonen, eller dersom forbrukeren er eksisterende kunde/giver hos den aktuelle næringsdrivende eller frivillige organisasjonen.

Departementet foreslår å opprettholde reservasjonsordningen. Videre foreslår departementet å oppheve unntaket som gir næringsdrivende grunnlag for

telefonmarkedsføring overfor reserverte forbrukere som er eksisterende kunder, samt å stramme inn unntaket for uttrykkelig anmodning. Departementet foreslår å innføre en overgangsordning som innebærer at forslaget om oppheving av unntaket for eksisterende kundeforhold i dagens mfl. § 13 tredje ledd, utsettes i 6 måneder etter at de øvrige endringsforslagene trer i kraft.

Departementet ønsker en videreføring av unntaket som gir frivillige organisasjoner grunnlag for telefonmarkedsføring overfor reserverte forbrukere som har et eksisterende kunde- eller giverforhold.

Proposisjonen legger opp til en videreføring av dagens krav om at et tilbud gitt over telefon bekreftes skriftlig av selgeren og aksepteres skriftlig av forbrukeren for at bindende avtale skal være inngått. Kravet gjelder kun for næringsdrivende. Aviser og frivillige organisasjoner skal fortsatt være fritatt fra ordningen.

Departementet ønsker å innføre forbud mot at næringsdrivende retter telefonmarkedsføring til forbrukere fra skjult telefonnummer og fra telefonnummer som ikke er registrert og søkbart i nummeropplysningstjenestene. I tillegg ønsker departementet å innføre forbud mot at frivillige organisasjoner sender en forespørsel til fysiske personer om økonomisk støtte som er egnet til å bli oppfattet som et krav om betaling.

For øvrig foreslår departementet endringer av mer retts teknisk og pedagogisk art. Proposisjonen behandler i utgangspunktet ikke andre former for direktemarkedsføring, eksempelvis markedsføring ved adressert post. Proposisjonen inneholder likevel forslag til visse retts tekniske endringer i reglene for markedsføring ved adressert post.

1.2 Forhåndssamtykke eller reservasjonsordning

Departementet ønsker å opprettholde reservasjonsordningen for telefonmarkedsføring, og viser til at høringsinstansene også støtter en opt-out-løsning fremfor en løsning med forhåndssamtykke. Etter forslaget vil telefonmarkedsføring fortsatt være tillatt overfor forbrukere som ikke har reservert seg. Har forbrukeren reservert seg, vil det som hovedregel være forbudt å rette telefonmarkedsføring til vedkommende.

Departementet bemerker samtidig at evalueringen av regelverket for telefonmarkedsføring og den påfølgende høringsrunden gir et klart signal om at en reservasjon mot telefonmarkedsføring ikke virker tilstrekkelig effektivt etter sitt formål. Departementet mener derfor at unntaksreglene bør strammes inn.

1.3 Telefonmarkedsføring etter uttrykkelig anmodning fra forbrukeren

Unntaket om uttrykkelig anmodning har lenge vært gjenstand for tolkningstvil, i tillegg til problemer knyttet til leadmarkedsføring. Departementet ønsker derfor å stramme inn unntaket for uttrykkelig anmodning slik at en anmodning om telefonmarkedsføring må rettes til én bestemt næringsdrivende. Det vil ikke lenger være mulig å innhente en anmodning som åpner for at en lang rekke aktører kan kontakte forbrukeren til tross for reservasjon.

1.4 Telefonmarkedsføring fra næringsdrivende i et eksisterende kundeforhold

Departementet foreslår å oppheve unntaket for eksisterende kundeforhold selv om det har møtt motstand fra et flertall av høringsinstansene fra bransjen. Etter departementets vurdering kan det ikke settes likhetstegn mellom det å være kunde og det å ha et ønske om eller behov for å motta telefonmarkedsføringshenvendelser fra den samme bedriften. Alternativa og mindre inngripende tiltak enn å oppheve unntaket vil etter departementets syn ikke ivareta formålet på en tilstrekkelig effektiv måte.

Hensynet til de næringsdrivendes ønske om å ringe sine kunder i markedsføringsøyemed må etter departementets syn vike for hensynet til forbrukerne. Departementet viser til at telefonmarkedsføring er en særlig påtrengende salgsform, og at forbrukergruppen som rammes er de som aktivt har gitt uttrykk for at de ikke ønsker telefonmarkedsføring.

Forslaget vil særlig berøre bedrifter som i dag baserer store deler av sin virksomhet på å ringe til eksisterende kunder. Departementet er av den klare oppfatning at en oppheving av unntaket ikke vil få så store konsekvenser som de næringsdrivende hevder. Etter departementets vurdering vil de negative kon-

sekvensene minskes som følge av forslaget om en overgangsordning, hvor næringsdrivende kan avklare med sine kunder hvorvidt de fortsatt ønsker telefonmarkedsføring etter at unntaket for eksisterende kundeforhold oppheves.

1.5 Telefonmarkedsføring fra frivillige organisasjoner i et eksisterende kunde- eller giverforhold

Departementet ser at unntaket for eksisterende kundeforhold for frivillige organisasjoner skaper problemer for forbrukere. På den andre siden står frivilligheten i en særstilling. Departementet mener det ikke er ønskelig å innføre regler som reduserer inntektsmulighetene til frivillige organisasjoner, og dermed redusere mulighetene for at de i størst mulig grad oppnår de samfunnsnyttige formålene de arbeider for. Etter en samlet vurdering har departementet kommet til at hensynet til frivillige organisasjoners samfunnsnyttige virksomhet må tillegges avgjørende vekt, selv om dette kan gå på bekostning av forbrukerhensyn.

1.6 Hvem som har plikter etter reglene om telefonmarkedsføring (næringsdrivende og frivillige organisasjoner)

Departementet foreslår endringer i lovteksten slik at det fremgår klart at regelverket gjelder for næringsdrivende og frivillige organisasjoners salg og innsamlingsaksjoner. Det tydeliggjøres i forslaget særlig at bestemmelsene også gjelder ved henvendelser om innsamlingsaksjoner fra frivillige organisasjoner. Dette er en presisering av gjeldende rett.

1.7 Opplysningsplikt om retten til direkte reservasjon

Departementet foreslår å klargjøre ordlyden i mfl. § 16 slik at det fremgår at opplysningsplikten både gjelder muligheten til å reservere seg i Reservasjonsregisteret, og direkte hos den næringsdrivende. Etter departementets vurdering vil den foreslåtte presiseringen kunne bidra til at flere etterlever opplysningsplikten.

1.8 Forbud mot telefonmarkedsføring fra skjult telefonnummer mv.

Det er etter departementets vurdering behov for å sikre at de som driver med telefonmarkedsføring kan identifiseres. Departementet foreslår derfor å innføre en plikt til å registrere telefonnummer som brukes i markedsføringen slik at det blir søkbart i nummeropplysningstjenestene. Det blir forbudt å rette telefonmarkedsføring til forbrukere fra skjult telefonnummer og fra telefonnummer som ikke er registrert og søkbart i nummeropplysningstjenestene.

1.9 Frivillige organisasjoners forespørslers om økonomisk støtte

Departementet mener det er nødvendig med et lovforbud for å sikre at forbrukere som mottar fakturaer uten etter avtale, forstår klart at det ikke foreligger en rettslig betalingsforpliktelse. Departementet foreslår derfor et forbud for frivillige organisasjoner mot å sende en forespørsel om økonomisk støtte som er egnet til å bli oppfattet som et krav om betaling.

1.10 Registrering av opplysninger i Reservasjonsregisteret

Departementet har etter en nærmere vurdering kommet til at det ikke bør bli obligatorisk å registrere telefonnummer ved nye registreringer. Det ville i så fall hatt som forutsetning at forbrukere også oppdaterer reservasjonen ved et eventuelt nummerskifte eller hvis flere telefonnumre tas i bruk. Det er ikke gitt at alle vil huske dette. Departementet har derfor vurdert det slik at registrering av telefonnummer fortsatt bør være valgfritt.

1.11 Personkretsen vernet av regelverket for telefonmarkedsføring

Som følge av de foreslåtte endringene i reglene for telefonmarkedsføring, foreslår departementet at forbudet mot telefonmarkedsføring reguleres i en egen bestemmelse, i nye mfl. § 12. Forbudet mot markedsføring ved adressert post foreslås videreført i mfl. § 13. Departementet presiserer at forslaget ikke medfører noen endring i den personkrets som gis reservasjonsrett i Reservasjonsregisteret eller direkte hos den næringsdrivende.

1.12 Plikten til å opplyse hvem som er kilde for personopplysningene

Det er sentralt for forbrukere å få opplyst hvem som har gitt personopplysningene som ligger til grunn for henvendelsen. Dette utgjør et viktig personvernprinsipp. Departementet foreslår derfor at opplysningsplikten i mfl. § 16 første ledd videreføres.

1.13 Krav til interne sperrelister

Forbrukere som ikke ønsker telefonmarkedsføring i kundeforholdet, kan reservere seg direkte hos den næringsdrivende. Departementet anser det som hensiktsmessig å avvende virkningene av ovennevnte lovendringer, før det eventuelt vurderes på nytt om det bør stilles bestemte krav til interne sperrelister. Departementet foreslår derfor en forskriftshjemmel som gir departementet mulighet til å gi nærmere regler for interne sperrelister dersom en slik regulering

i fremtiden blir vurdert som nødvendig og hensiktsmessig.

1.14 Livslang reservasjon i Reservasjonsregisteret

Departementet opprettholder derfor forslaget om at reservasjonen i Reservasjonsregisteret fortsatt skal være livslang. Departementet legger vekt på at et krav om fornyelse vil svekke reservasjonsordningen og dermed forbrukervernet.

1.15 Forslag om autorisasjonsordning og telefonklagenemnd

Departementet mener det ikke bør innføres en autorisasjonsordning for telefonmarkedsføring, og at det er lite hensiktsmessig at klager på telefonmarkedsføring skal behandles av en særskilt telefonklagenemnd kun på bakgrunn av salgiformens art.

1.16 Skriftlig tilbud og aksept ved henvendelser fra næringsdrivende og frivillige organisasjoner

Departementet foreslår at kravet om skriftlig tilbud og aksept som gjelder ved telefonsalg fra næringsdrivende i angrerettloven § 10 første ledd, videreføres. Departementet foreslår ikke at det innføres krav om skriftlig tilbud og aksept for frivillige organisasjoner. Skriftlig tilbud og aksept for enkeltbidrag vil kunne oppfattes som unødvendig omstendelig for enkelte givere.

1.17 Forbud mot telefonmarkedsføring på enkelte tidspunkter

Departementet ønsker å videreføre tidsbegrensningene, dvs. at det fortsatt vil være forbudt å rette telefonmarkedsføring til forbrukere på lørdager, helgedager eller dager som i lov er likestilt med helgedager, samt på hverdager før kl. 09.00 og etter kl. 21.00. Av lovtekniske grunner foreslår departementet at forbudet reguleres i ny § 14.

1.18 Sanksjoner

Departementet foreslår at gjeldende sanksjonsregler opprettholdes. Dette krever imidlertid enkelte justeringer i henvisningene i både mfl. § 43 om overtredelsesgebyr og mfl. § 48 om straff siden øvrige forslag i proposisjonen innebærer endringer i nummerering og plassering av flere bestemmelser der den næringsdrivende risikerer straff eller overtredelsesgebyr.

2. Komiteens merknader

Komiteen, medlemmene fra Arbeiderpartiet, Arild Grande, Lasse Juliussen, Hege Haukeland Liadal og Sonja Mandt, fra Høyre, lederen Svein Harberg, Kårstein Eidem Løvaas og Mette Tønder, fra Fremskrittspartiet, Anders Anundsen og Ib Thomsen, og fra Kristelig Folkeparti, Geir Jørgen Bekkevold, viser til Prop. 43 L (2016–2017) Endringer i markedsføringsloven (telefonmarkedsføring mv.).

Markedsføring med telefonen som verktøy kan oppleves som påtrengende og være uønsket av forbrukeren. Det er komiteens oppfatning at slik markedsføring kun skal forekomme om forbrukeren har nytte av den, eller selv har uttrykt ønske om å motta slik markedsføring. I dag kan forbrukere reservere seg mot telefonmarkedsføring fra næringsdrivende og frivillige organisasjoner. Dette gjøres i Reservasjonsregisteret som forvaltes av Brønnøysundregistrene. Komiteen ser at over to millioner nordmenn har reservert seg mot å bli kontaktet av næringsdrivende gjennom telefonmarkedsføring, og nesten like mange har reservert seg mot henvendelser fra frivillige organisasjoner.

Selv om komiteen ser at dagens regelverk på mange områder gir godt vern for forbrukerne, registrerer komiteen at regjeringens forslag i proposisjonen om endringer i regelverket for telefonmarkedsføring, har som formål i enda større grad enn gjeldende regelverk å sikre at forbrukere som har tatt et aktivt valg og reservert seg mot telefonmarkedsføring, skal slippe denne salgsformen. Komiteen vil i den sammenheng vise til grunnlaget for høringsnotatet til lovforslaget fra Barne- og likestillingsdepartementet, en evaluering som blant annet viste at halvparten av dem som har reservert seg mot telefonmarkedsføring, likevel har blitt oppringt, og at det særlig er unntakene fra forbudet mot telefonmarkedsføring til reserverte forbrukere som skaper problemer i praksis.

Det er i utgangspunktet forbudt for næringsdrivende og frivillige organisasjoner å rette telefonmarkedsføring til forbrukere som har reservert seg. Telefonhenvendelser er likevel tillatt dersom forbrukeren uttrykkelig har anmodet om å bli kontaktet av den næringsdrivende eller den frivillige organisasjonen, eller dersom forbrukeren og den næringsdrivende eller den frivillige organisasjonen allerede har et eksisterende kunde- eller giverforhold.

Komiteen har merket seg at forbrukere som gir til frivillige organisasjoner, ikke nødvendigvis gir regelmessig, men opplever seg like fullt som givere. Årvisse gaver kan ofte veksles mellom ulike organisasjoner både relatert til sesongvariasjoner (jul,

påske osv.) og ikke minst knyttet til humanitære katastrofer som ikke inntreffer skjematisk. Det er derfor komiteens mening at en tolkning av eksisterende giverforhold må defineres noe videre enn for kunder hos næringsvirksomhet. Hyppigheten vil, slik komiteen ser det, variere mer i et giverforhold enn i et kundeforhold, da det ikke er unaturlig at det kan gå to–tre år mellom bidrag til samme organisasjon fra en giver, grunnet denne givers ønske om å bidra til flere enn én frivillig organisasjon. Det er komiteens oppfatning at tolkning av begrepet eksisterende giverforhold må kunne utvides til å gjelde sporadiske bidrag gitt innenfor en treårsperiode og at det må kunne sies å være etablert et giverforhold etter første bidrag om giveren gir samtykke til eller en uttrykkelig anmodning om å bli kontaktet ved en senere anledning.

Komiteen registrerer at regjeringen ønsker en videreføring av unntaket som gir frivillige organisasjoner grunnlag for telefonmarkedsføring overfor reserverte forbrukere som har et eksisterende giverforhold. Det er komiteens oppfatning at dette unntaket også må videreføres for næringsdrivende. Det er slik komiteen ser det ikke en uønsket kontakt mellom den næringsdrivende og forbrukeren når man i et eksisterende kundeforhold blir kontaktet fordi den næringsdrivende har utviklet sitt produkt/sine produkter, og ønsker å formidle dette telefonisk. I en rekke situasjoner vil telefonen være å foretrekke da man muliggjør rådgivning og felles forståelse rundt viktige forhold mellom den næringsdrivende og forbrukeren. Å definere en presis grense mellom slik rådgivning og markedsføring av produkter er krevende.

Komiteen mener derfor det er nødvendig å videreføre dagens rettsstilling slik at næringsdrivende som har et etablert kundeforhold, fortsatt kan markedsføre sine produkter overfor den eksisterende kunden ved bruk av telefon. Komiteen mener dette gjelder så vidt mange og ulike bransjer at en videreføring av unntaket er det mest hensiktsmessige, fremfor å liste opp bransjer som skal unntas, slik noen tok til orde for i høringen. Her veier behovet for og nytten av kontakten mellom den næringsdrivende og forbrukeren tyngre enn vernet mot eventuelle uønskede samtaler.

Komiteen foreslår:

«§ 12 nest siste og siste ledd skal lyde:

Det er også tillatt å rette telefonmarkedsføring mot forbrukere som har reservert seg mot slik markedsføring i Reservasjonsregisteret, dersom det foreligger et eksisterende kunde- eller giverforhold der den næringsdrivende har mottatt forbrukerens kontaktopplysninger i forbindelse med salg eller innsamling. Slik markedsføring kan bare gjelde næ-

ringsdrivendes egne ytelser tilsvarende dem som kunde- eller giverforholdet bygger på.

For frivillige organisasjoner skal et eksisterende giverforhold også anses å foreligge dersom giveren etter første bidrag har samtykket til eller bedt om å bli kontaktet ved en senere anledning, eller giveren innenfor en treårsperiode har ytet sporadiske bidrag.»

«§ 16 a første ledd bokstav a skal lyde:

Fysiske personer kan reservere seg mot frivillige organisasjoners innsamlinger. Reglene for telefonmarkedsføring og markedsføring ved adressert post i § 12, § 13, § 13 a annet til fjerde ledd, § 14 og § 16 gjelder tilsvarende for frivillige organisasjoners innsamlinger.»

Videre registrerer komiteen at regjeringen ønsker å innføre forbud mot at næringsdrivende retter telefonmarkedsføring mot forbrukere fra skjult telefonnummer og fra telefonnummer som ikke er registrert og søkbart i nummeropplysningstjenestene. I tillegg ønskes det innføring av forbud mot at frivillige organisasjoner sender en forespørsel til fysiske personer om økonomisk støtte som er egnet til å bli oppfattet som et krav om betaling. Komiteen registrerer at det foreslås lovendring som vil føre til at man kan unngå såkalte «leads», dvs. at man mer eller mindre uten å vite det gir samtykke til å motta markedsføring per telefon fra en rekke næringsdrivende ved f.eks. deltagelse i en konkurranse e.l. på nett. Endelig skal endringene også gjøre det enklere for Forbrukerombudet å følge opp klagesaker effektivt.

Komiteen peker på at øvrige endringer i hovedsak er av mer retts teknisk og pedagogisk art, og at selv om proposisjonen ikke i utgangspunktet behandler andre former for direktemarkedsføring, eksempelvis markedsføring ved adressert post så inneholder den likevel forslag til visse retts tekniske endringer i reglene for markedsføring ved adressert post.

3. Uttalelse fra næringskomiteen

Næringskomiteen uttaler følgende i brev av 25. april 2017:

«Næringskomiteen viser til familie- og kulturkomiteens utkast til innstilling datert 4. april 2017 vedrørende Prop. 43 L (2016–2017) Endringer i markedsføringsloven (telefonmarkedsføring mv.). Næringskomiteens medlemmer slutter seg til sine respektive partiers merknader, og har ingen ytterligere merknader.»

4. Komiteens tilråding

Komiteen har for øvrig ingen merknader, viser til proposisjonen og rår Stortinget til å gjøre følgende

vedtak til lov

om endringer i markedsføringsloven (telefonmarkedsføring mv.)

I

I lov 9. januar 2009 nr. 2 om kontroll med markedsføring og avtalevilkår mv. gjøres følgende endringer:

§ 1 skal lyde:

§ 1 Hva loven gjelder

Når ikke annet er bestemt, gjelder loven kontroll med markedsføring, handelspraksis og avtalevilkår i forbrukerforhold og stiller krav til god forretnings-skikk mellom næringsdrivende.

§ 12 skal lyde:

§ 12 Forbud mot telefonmarkedsføring i strid med reservasjon

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette telefonmarkedsføring mot forbrukere som har reservert seg mot slik markedsføring i Reservasjonsregisteret.

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette telefonmarkedsføring mot fysiske personer som har reservert seg mot slik markedsføring direkte hos den næringsdrivende.

Det er likevel tillatt å rette telefonmarkedsføring mot fysiske personer som har reservert seg etter første eller annet ledd, dersom den fysiske personen har rettet en uttrykkelig anmodning til en bestemt næringsdrivende om å motta slik markedsføring fra den næringsdrivende. Anmodningen kan når som helst trekkes tilbake.

Det er også tillatt å rette telefonmarkedsføring mot forbrukere som har reservert seg mot slik markedsføring i Reservasjonsregisteret, dersom det foreligger et eksisterende kunde- eller giverforhold og der den næringsdrivende har mottatt forbrukerens kontaktopplysninger i forbindelse med salg eller innsamling. Slik markedsføring kan bare gjelde næringsdrivendes egne ytelser tilsvarende dem som kunde- eller giverforholdet bygger på.

For frivillige organisasjoner skal et eksisterende giverforhold også anses å foreligge dersom giveren etter første bidrag har samtykket til eller bedt om å bli kontaktet ved en senere anledning, eller giveren innenfor en treårsperiode har ytet sporadiske bidrag.

§ 13 skal lyde:

§ 13 *Forbud mot markedsføring ved adressert post i strid med reservasjon*

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette markedsføring ved adressert post mot forbrukere som har reservert seg mot slik markedsføring i Reservasjonsregisteret.

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette markedsføring ved adressert post mot fysiske personer som har reservert seg mot slik markedsføring direkte hos den næringsdrivende.

Det er likevel tillatt å rette markedsføring ved adressert post mot fysiske personer som har reservert seg etter første eller annet ledd, dersom den fysiske personen har rettet en uttrykkelig anmodning til næringsdrivende om å motta slik markedsføring fra den næringsdrivende. Anmodningen kan når som helst trekkes tilbake.

Det er også tillatt å rette markedsføring ved adressert post mot forbrukere som har reservert seg mot slik markedsføring i Reservasjonsregisteret, dersom det foreligger et eksisterende kunde- eller giverforhold der den næringsdrivende har mottatt forbrukerens kontaktopplysninger i forbindelse med salg eller innsamling. Slik markedsføring kan bare gjelde næringsdrivendes egne ytelser tilsvarende dem som kunde- eller giverforholdet bygger på.

Ny § 13 a skal lyde:

§ 13 a *Felles regler for reservasjon mot telefonmarkedsføring og markedsføring ved adressert post*

Reservasjonsregisteret skal legge til rette for at forbrukere skal kunne velge å reservere seg kun mot markedsføring fra andre enn frivillige organisasjoner.

Næringsdrivende skal oppdatere sitt adresseregister mot Reservasjonsregisteret før første gangs henvendelse og før henvendelse den måned markedsføring utføres.

Næringsdrivende skal sørge for at fysiske personer enkelt og gebyrfritt skal kunne reservere seg mot markedsføring direkte hos den næringsdrivende.

Departementet kan ved forskrift gi nærmere regler om Reservasjonsregisteret og direkte reservasjon hos den næringsdrivende.

§ 14 skal lyde:

§ 14 *Forbud mot telefonmarkedsføring på enkelte tidspunkter og å ringe fra skjult telefonnummer mv.*

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette telefonmarkedsføring til forbrukere på lørdager, helgedager eller dager som i lov er likestilt med helgedager, og på virkedager før kl. 09.00 og etter kl. 21.00.

I næringsvirksomhet er det forbudt å rette telefonmarkedsføring til forbrukere fra skjult telefon-

nummer og fra telefonnummer som ikke er registrert og søkbart i nummeropplysningstjenestene.

§ 16 skal lyde:

§ 16 *Opplysningsplikt ved uanmodet telefonmarkedsføring og markedsføring ved adressert post*

Ved uanmodet telefonmarkedsføring eller markedsføring ved adressert post skal den næringsdrivende opplyse hvem som har gitt personopplysningene som ligger til grunn for henvendelsen. Der det er relevant, skal den næringsdrivende informere om retten til å reservere seg i Reservasjonsregisteret og direkte hos den næringsdrivende.

Ved uanmodet telefonmarkedsføring til forbrukere skal den næringsdrivende straks presentere seg og opplyse om at henvendelsen skjer i markedsføringshensikt. Dersom henvendelsen skjer på vegne av en annen, skal dette opplyses.

Ny § 16 a skal lyde:

§ 16 a *Særskilt om frivillige organisasjoners virksomhet som ikke skjer i næring*

Der frivillige organisasjoners virksomhet ikke reguleres av lovens alminnelige regler, gjelder følgende:

- Fysiske personer kan reservere seg mot frivillige organisasjoners innsamlinger. Reglene for telefonmarkedsføring og markedsføring ved adressert post i § 12, § 13, § 13 a annet til fjerde ledd, § 14 og § 16 gjelder tilsvarende for frivillige organisasjoners innsamlinger.
- Det er forbudt for frivillige organisasjoner å sende en forespørsel om økonomisk støtte til fysiske personer som er egnet til å bli oppfattet som et krav om betaling.

Departementet kan ved forskrift gi nærmere regler om utformingen av forespørsler om å gi økonomisk støtte.

§ 43 første ledd skal lyde:

Ved forsettlig eller uaktsom overtredelse av forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd, § 10, forskrift gitt i medhold av § 10, § 11, § 12, § 13, § 13 a, § 14 første ledd, § 15, § 16, § 16 a første ledd bokstav a, § 17, § 18 første ledd eller § 20 annet ledd, som enten anses som vesentlig eller har skjedd gjentatte ganger, kan det fastsettes et overtredelsesgebyr som den som vedtaket retter seg mot, skal betale.

§ 48 første ledd skal lyde:

Den som vesentlig overtrer § 6 fjerde ledd jf. første ledd, forskrift gitt i medhold av § 6 femte ledd, § 11, § 12, § 13, § 15, § 16 a første ledd bokstav a, jf. § 12 og § 13, § 20 annet ledd, § 26, § 27, § 28, § 29 eller § 30, straffes med bøter, fengsel inntil 6

måneder eller begge deler dersom ikke strengere straffebestemmelse kommer til anvendelse.

II

1. Loven gjelder fra den tid Kongen bestemmer.
2. Departementet kan gi nærmere overgangsregler.

Oslo, i familie- og kulturkomiteen, den 2. mai 2017

Svein Harberg

leder

Kårstein Eidem Løvaas

ordfører

