

Aan de leden van de vaste commissie EZK (woordvoerders telecommunicatie)

Geachte heer Weverling,

Staatssecretaris Keijzer van EZK heeft op 25 maart het wetsvoorstel 'Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met het invoeren van een opt-in-systeem voor telemarketing' naar de Tweede Kamer gestuurd. Met uw Kamer zal hierover een schriftelijk overleg plaatsvinden waarvoor een schriftelijke inbreng mogelijk is tot 14 mei a.s..

Met het oog op deze schriftelijke inbreng brengen wij graag het volgende onder uw aandacht.

Wanneer dit wetsvoorstel wet wordt, is het voor goede doelen niet meer mogelijk om mensen, zonder toestemming vooraf, telefonisch te benaderen voor steun of hulp, tenzij er sprake is of recent is geweest van een financiële relatie (de klantrelatie). Dit heeft grote gevolgen voor de inkomsten en daarmee het werk van goede doelen. Recent onderzoek onder onze leden wijst uit dat er naar verwachting tientallen miljoenen minder beschikbaar zullen zijn voor maatschappelijke projecten en activiteiten. Goede doelen hebben een bijzondere positie en moeten het publiek altijd om steun en hulp kunnen vragen. Dit doen zij niet voor zichzelf, maar om oplossingen te vinden voor maatschappelijke vraagstukken of mensen in nood. Persoonlijk contact, bijvoorbeeld via de telefoon, is van essentieel belang om hun verhaal te kunnen vertellen. Goede doelen hechten aan kwalitatief goede relaties met het Nederlandse publiek en benaderen daarom in de regel uitsluitend mensen die al op een één of andere manier betrokkenheid hebben betoond bij het maatschappelijke doel waarvoor ze steun vragen. Dit blijkt ook uit het feit dat van de jaarlijks circa 80 miljoen telefoongesprekken slechts 6% van goede doelen komt. Aanvullend onderzoek door Zest in opdracht van Goede Doelen Nederland en Nederland Filantropieland toont aan (anders dan het Kantar onderzoek) dat burgers in overgrote meerderheid ook geen bezwaar hebben tegen een telefonische benadering door goede doelen.

Goede doelen beseffen heel goed dat het voortbestaan en succes van hun werk direct afhangt van het vertrouwen van donateurs en het publiek. Met een CBF-Erkenning staan goede doelen onder vrijwillig toezicht en krijgen dat vertrouwen van het publiek. Wij vinden dat het voor CBF-erkende goede doelen mogelijk moet blijven om telefonisch een beroep te doen op de steun van het publiek. Daarom vragen wij u om goede doelen uit te zonderen van de opt-in voor telemarketing.

De in het wetsvoorstel opgenomen definitie van de klantrelatie is voor goede doelen niet passend. Het is immers voor hen van groot belang dat zij mensen die betrokken zijn bij hun missie telefonisch kunnen benaderen.

Wij dragen hiervoor zeven argumenten aan:

1. De belangrijke maatschappelijke rol van goede doelen
2. Het sterk zelfregulerende karakter van de sector
3. De bijzondere positie van goede doelen versus commerciële organisaties
4. Het grote belang van persoonlijk (telefonisch) contact
5. Het feit dat goede doelen in de regel alleen mensen bellen die al betrokken zijn bij hun missie
6. De grote gevolgen voor het werk van goede doelen
7. Onvoldoende genuanceerd onderzoek als basis voor het wetsvoorstel

De nadere onderbouwing en toelichting van deze argumenten vindt u in bijgevoegd position paper.

Wij kunnen de onderzoeksgegevens van het Zest onderzoek uitsplitsen naar de achterbannen van afzonderlijke politieke partijen. Wij zijn graag bereid u van een eigen rapport te voorzien waarbij u kunt zien hoe uw achterban denkt over het belang van het werk van goede doelen en over de persoonlijke telefonische benadering door goede doelen.

Tot slot zijn wij graag bereid een en ander telefonisch toe te lichten. U kunt hiervoor contact opnemen met Gosse Bosma, adviseur Public Affairs Goede Doelen Nederland, bosma@goededoelennederland.nl of 06 54738127.

Mede namens Nederland Filantropieland,

Met vriendelijke groet,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'M Plug', enclosed within a hand-drawn rectangular box.

Margreet Plug
Directeur Goede Doelen Nederland

Bijlagen

- Position paper: Goede doelen verdienen een uitzondering voor de opt-in
- Onderzoeksrapport: Is er draagvlak voor persoonlijke benadering door goede doelen? Jazeker! (Onderzoek onder het Nederlandse publiek, Zest 2020).

Goede Doelen Nederland is dé brancheorganisatie van ruim 185 erkende in Nederland gevestigde goede doelen die actief zijn op allerlei terreinen zoals gezondheid, welzijn, internationale hulp, mensenrechten, natuur, milieu, cultuur en dierenbelangen.

Nederland Filantropieland is een branchevereniging voor organisaties en professionals uit de Nederlandse goededoelensector.