



Aan: Mevrouw Mr. Drs. M.C.G. Keijzer
Betreft: Reactie concept wetsvoorstel 'Wijziging telecommunicatiewet'.

Amsterdam, 6 augustus 2019

Geachte mevrouw Keijzer,

Graag maken wij van de gelegenheid gebruik te reageren op het concept wetsvoorstel 'Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met het invoeren van een opt-in systeem voor telemarketing'.

Wij maken ons ernstige zorgen over de gevolgen van dit voorstel voor ons werk.

SOS Kinderdorpen vindt dat elk kind waar dan ook ter wereld, ongeacht achtergrond, geloof of cultuur, moet kunnen opgroeien in een liefdevolle familie en een veilige omgeving. Eén op de tien kinderen wereldwijd kent het geluk van een liefdevolle familie of een veilige basis echter niet. Sommigen worden om die reden zelfs uitgesloten door hun gemeenschap en proberen te overleven, verstoken van basisbehoeften, liefde en bescherming. Dit laat diepe sporen na, waardoor niet alleen hun kindertijd maar ook hun toekomst op het spel staat.

Wij kunnen ons werk alleen maar doen met de steun van onze donateurs. Het is essentieel dat wij hen daar om kunnen vragen. Dit doen wij niet voor ons zelf, maar om onze maatschappelijke missie te realiseren. Meer kinderen helpen aan een zelfredzame toekomst. Het telefonisch benaderen van (potentiële) donateurs doen wij zorgvuldig, met respect voor de donateurs en volgens de afspraken die daarover binnen de sector gelden (Erkenningsregeling¹). In uw wetsvoorstel wordt een verzoek om ons te ondersteunen gelijkgesteld aan productaanbiedingen van commerciële partijen. Wij vinden dit onjuist.

De financiering van verschillende activiteiten door onze organisatie komt hiermee direct in gevaar. Wij vinden het onbegrijpelijk dat een overheid die grote waarde toekent aan het werk van goede doelen, dergelijke drempels opwerpt en de mogelijkheid voor ons om persoonlijk in contact te komen met potentiële en mogelijk ook bestaande donateurs beperkt.

Daarom vragen wij u het wetsvoorstel op de volgende drie punten aan te passen zodat recht gedaan wordt aan de belangrijke maatschappelijke rol van onze organisatie en van goede doelen in het algemeen.

1. Uitzondering voor erkende goede doelen

Handhaaf het opt-out principe van telemarketing voor erkende goede doelen. Wij vinden het belangrijk dat de wensen van donateurs voorop staan en dat zij kunnen aangeven niet meer door ons telefonisch benaderd te willen worden. Het huidige Bel-me-niet-Register (BMNR) kan dienst blijven doen als een specifiek register voor goede doelen.

¹ Per 1 januari 2016 is de Erkenningsregeling voor goede doelen ingevoerd. Erkende goede doelen voldoen aan strenge kwaliteitseisen en worden regelmatig getoetst door het CBF, toezichthouder goede doelen. Inmiddels zijn ruim 596 Nederlandse goede doelen erkend.



2. Verruiming van de klantrelatie

Verruim de definitie van klantrelatie voor goede doelen. Naast donateurs die ons al financieel steunen, zijn er veel mensen die aantoonbaar sympathiseren met ons maatschappelijke doel. Bijvoorbeeld mensen die actie voeren voor SOS Kinderdorpen zoals bijvoorbeeld petitie-ondertekenaars, vrijwilligers, festival/evenementbezoekers of deelnemers van de verschillende SOS Kinderdorpen acties, geven blijk van affiniteit, sympathie en betrokkenheid bij ons werk. Helaas vallen deze mensen nu buiten het bereik van de zogenaamde 'klantrelatie'. Voor ons is daarom verruiming van de klantrelatie noodzakelijk en ook passend. De huidige praktijk wijst uit dat, na ontduubeling met het BMNR, het ongevraagd benaderen van onze sympathisanten niet tot irritatie leidt, maar juist tot bestendige relaties.

3. Klanttermijn maximeren vanaf beëindiging relatie

In het wetsvoorstel is de mogelijkheid opgenomen dat de overheid de klanttermijn kan maximeren als de zelfregulering op dit punt onvoldoende resultaat oplevert. Voor bepaling van de termijn wordt gerekend vanaf de aanvang van de relatie. Wij ontvangen bijvoorbeeld veel periodieke schenkingen van donateurs, vastgelegd voor een periode van vijf jaar. De maximering zoals nu geformuleerd, zou kunnen betekenen dat we mogelijk zelfs binnen de afgesproken looptijd van de periodieke schenking onze donateurs niet meer zonder toestemming mogen benaderen. Ook niet om ze te informeren over wat er met hun gift wordt gedaan. Daarom vragen wij u bij eventuele maatregelen in de toekomst de termijn van de klantrelatie te berekenen vanaf het moment dat de relatie wordt beëindigd en dit aan te passen in het wetsvoorstel. Dit doet recht aan de huidige praktijk en aan de grote diversiteit binnen de goedbedoelensector. In samenwerking met onze brancheorganisatie zullen wij nagaan of de zelfregulering op dit punt aangescherpt moet worden.

Wij hopen in het belang van vele kwetsbare kinderen dat deze punten verwerkt worden in een volgende versie van het wetsvoorstel.

Met vriendelijke groet,

Arian Buurman
Algemeen Directeur