

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat  
Staatssecretaris van Economische Zaken en Klimaat  
Mevrouw M.C.G. Keijzer  
Postbus 20401  
2500 EK Den Haag

Datum: 8 augustus 2019  
Betreft: Reactie van de Hartstichting op conceptwetsvoorstel 'Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met de invoering van een opt-in-systeem voor telemarketing'.

Geachte mevrouw Keijzer,

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

Wij begrijpen dat er kritiek is vanuit de samenleving op de wijze waarop telemarketing nu plaatsvindt. Wij vinden ook dat daar iets aan moet gebeuren. Echter, door het wetsvoorstel wordt de betrokkenheid van Nederlanders bij goede doelen zodanig beperkt dat hiermee een belangrijk deel van de financiering van de activiteiten van de Hartstichting in gevaar komt. Hieronder lichten wij dit graag verder toe en doen wij u een aantal voorstellen om het wetsvoorstel aan te passen.

### **Het maximale uit het hart halen**

Zonder ingrijpen, hebben in 2030 1,9 miljoen mensen in Nederland een chronische hart- en vaatziekte. De Hartstichting werkt samen met wetenschappers, artsen, samenwerkingspartners en vele vrijwilligers aan oplossingen om hart- en vaatziekten eerder op te sporen en beter en sneller te behandelen. We financieren onderzoek, geven steun en voorlichting aan patiënten en willen extra levens redden bij een hartstilstand.

Om onze missie te bereiken, zijn er ruim 530.000 donateurs, ruim 5.000 vrijwilligers en bijna 50.000 collectanten aan de Hartstichting verbonden. Dankzij hun inzet, konden wij het afgelopen jaar voor Nederland 20,4 miljoen euro aan wetenschappelijk onderzoek naar hart- en vaatziekten financieren. Wij kunnen dit onderzoek alleen maar doen met de steun van al deze mensen. Het is voor ons dus belangrijk dat we onze achterban kunnen bereiken, kunnen informeren over ons werk en kunnen vragen om steun.

### **Een goed dialoog is essentieel**

Het proactief en persoonlijk in gesprek gaan met (mogelijke) donateurs, bedrijven en vrijwilligers is voor de Hartstichting een essentiële manier om een duurzame band te starten en te onderhouden. Telemarketing is een van de kanalen waarmee wij het brede publiek bereiken. Het biedt Nederlanders de mogelijkheid om meer te horen over ons werk en mogelijke interesse aan te wakkeren om de Hartstichting (financieel) te ondersteunen. Dit één-op-één contact met de consument is tevens één van de belangrijkste manieren voor ons om erachter te komen wat er leeft in de samenleving en om zo goed mogelijk in te kunnen spelen op de wensen en behoeften van (toekomstige) betrokkenen.

Daarom vragen wij u het wetsvoorstel op twee punten aan te passen:

**A. Laat het opt-out principe gelden voor erkende goede doelen**

De Hartstichting zet telemarketingactiviteiten in voor het benaderen van (ex-)donateurs. Deze klanten benaderen we om ze te informeren over ons werk, om de klanttevredenheid te meten, of om over hun betrokkenheid te praten. Wij realiseren ons dat telefonisch contact niet altijd op prijs wordt gesteld, zelfs als het goede doelen betreft. In ieder telemarketinggesprek geven wij klanten daarom de mogelijkheid gebruik te maken van hun recht van verzet. Voor zowel bestaande als nieuwe klanten adviseren wij dit opt-out principe te handhaven. Leads (potentiële donateurs) die wij benaderen vragen wij, conform de huidige wet- en regelgeving dan ook altijd toestemming eenmalig gebeld te mogen worden. Het huidige Bel-me-niet-Register (BMNR) kan dan dienst blijven doen als een specifiek register voor erkende goede doelen.

**B. Maximeer de klanttermijn vanaf beëindiging relatie**

In het conceptwetsvoorstel is de mogelijkheid opgenomen voor de overheid om de klanttermijn te maximeren als de zelfregulering op dit punt onvoldoende resultaat oplevert. Voor de bepaling van de termijn wordt gerekend vanaf de aanvang van de relatie. Wij zien dat de keuze om donateur van de Hartstichting te worden, voor mensen een langdurige verbinding is aan onze missie. Een vaste donateur steunt ons gemiddeld langer dan vijf jaar. De maximering zoals nu geformuleerd, zou dus kunnen betekenen dat we mogelijk zelfs binnen de afgesproken looptijd van de periodieke schenking onze donateurs niet zonder toestemming mogen benaderen. Dit past echter niet bij wat een groot deel van onze achterban van ons verwacht; een langdurige relatie waarin wij hen op de hoogte houden van wat er met hun gift wordt gedaan en hen vragen om blijvende of aanvullende steun. Daarom vragen wij het kabinet om de termijn van de klantrelatie te berekenen vanaf het moment dat de relatie wordt beëindigd en dit aan te passen in het wetsvoorstel.

**Maatschappelijke impact**

Graag willen wij u nog in overweging geven dat wij als goed doel geen regulier consumentenproduct verkopen. De meeste mensen worden niet wakker met een manifeste behoefte vandaag een goed doel te gaan steunen. Het is een latente wens voor zingeving, goed willen doen, iets kunnen betekenen voor een ander, een steentje bijdragen aan een samenleving, die aansluit bij wat zij belangrijk vinden. In ons geval: een hartgezonde samenleving. Telemarketing heeft een belangrijke rol in het vormen en onderhouden van die bewustwording. Door Nederlanders te voorzien van kennis over het werk van de Hartstichting en door simpelweg te vragen een bijdrage te leveren aan het realiseren van onze droom - een gezond hart voor iedereen - zijn mensen gemotiveerd te geven aan ons doel en daarmee onderdeel uit te maken van onze gezamenlijke strijd tegen hart- en vaatziekten. Wij voorzien daarmee niet in een primaire levensbehoefte, maar werken zo gezamenlijk aan een positieve bijdrage aan de maatschappij.

**Betrokkenheid van het kabinet**

Bij een aantal relevante thema's trekken wij samen met het kabinet op, zoals bij het realiseren van een Rookvrije Generatie, het creëren van een zes-minutenzone in heel Nederland zodat mensen bij een hartstilstand de juiste hulp krijgen en het stimuleren van onderzoek naar hart- en vaatziekten. Wij zijn blij met de betrokkenheid van het kabinet bij deze thema's en werken graag ook in de toekomst samen. We betreuren het echter dat met dit wetsvoorstel barrières worden opgeworpen voor het realiseren van onze missie. Een missie waar we iedere dag samen met onze vrijwilligers, wetenschappers, artsen, samenwerkingspartners alsmede het kabinet aan werken. Wij hopen dat u met ons wil bezien hoe Nederlanders zo goed mogelijk beschermd kunnen worden én hoe tegelijkertijd goede doelen in Nederland ruimte houden bij het vervullen van hun maatschappelijke rol.

Dank voor uw inzet en bereidheid om onze punten in overweging te nemen.

Met hartelijke groet,

Floris Italianer  
directeur Hartstichting