



KINDERPOSTZEGELS

voor kinderen door kinderen

Ministerie van Economische Zaken en Klimaat
T.a.v. de Staatssecretaris, hare excellentie mevrouw mr. M.C.G. Keijzer
Postbus 20401
2500 EK Den Haag

Datum: 13 augustus 2019
Betreft: reactie op concept wetsvoorstel

Hooggeachte mevrouw Keijzer,

Namens de Stichting Kinderpostzegels, die al bijna 100 jaar opkomt voor het kwetsbare kind, reageren wij graag op het conceptwetsvoorstel 'Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met het invoeren van een opt-in systeem voor telemarketing'.

Wij kunnen ons goed voorstellen dat u vanuit uw ministeriele verantwoordelijkheid de consument wilt beschermen tegen mogelijke irritatie en onbegrip die gepaard kunnen gaan met het gebruik van het instrument telemarketing.

Toch willen wij u wijzen op de gevolgen van uw conceptwetsvoorstel voor ons werk. Immers, de financiering van verschillende activiteiten door onze organisatie komt met dit voorstel direct in gevaar. Dit betekent dat wij minder kwetsbare kinderen kunnen helpen.

Onze overheid kent gelukkig grote waarde toe aan het werk van goede doelen organisaties in Nederland. Daarom begrijpen wij niet dat diezelfde overheid nu drempels opwerpt en onze mogelijkheid om persoonlijk in contact te komen met potentiële en mogelijk ook bestaande donateurs beperkt.

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 om onze maatschappelijke missie te realiseren. 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 niet terecht, gelet op voornoemde maatschappelijke missie. Daarom vragen wij u uw wetsvoorstel op de volgende drie punten aan te passen zodat recht gedaan wordt aan de belangrijke maatschappelijke rol van Stichting Kinderpostzegels en van goede doelen in het algemeen.

1. Uitzondering voor erkende goede doelen

Handhaaf het opt-out principe van telemarketing voor erkende goede doelen.

Dan nemen wij zoals steeds onze verantwoordelijkheid en plaatsen de wensen van donateurs voorop. Zij kunnen aangeven niet meer door ons telefonisch benaderd te willen worden en het spreekt voor zich dat wij

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.



KINDERPOSTZEGELS

voor kinderen door kinderen

die wens respecteren. Het huidige Bel-me-niet-Register (BMNR) kan dienst blijven doen als een specifiek register voor goede doelen.

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 meedoen aan de kinderpostzegelactie. Zij geven blijk van affiniteit, sympathie en betrokkenheid bij ons werk. Helaas vallen deze mensen buiten het bereik van de zogenaamde 'klantrelatie'. Voor ons is daarom verruiming van de klantrelatie noodzakelijk en ook passend. Onze praktijk wijst uit dat 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 veel periodieke schenkingen van donateurs, die zich vastleggen voor een periode van vijf jaar. De maximering zoals nu geformuleerd, zou 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 dat onze argumentatie om onze maatschappelijke missie op een goede manier te kunnen blijven uitvoeren bij u op sympathie mag rekenen. Daarom kijken wij ernaar uit de hierboven geschetste punten verwerkt te zien in een volgende versie van het wetsvoorstel.

Met vriendelijke groet,

de heer drs J. van Ments MMC
Directeur a.i.

Stichting Kinderpostzegels Nederland