

De gevolgen van de wijziging van de Telecommunicatiewet



U kent het waarschijnlijk wel, telefoontjes van bedrijven die u iets willen verkopen, zoals energie, verzekeringen en abonnementen. De non-profitsector gebruikt de telefoon vooral voor de fondsenwerving.

Veel particulieren ergeren zich aan deze telefoontjes. Demissionair staatssecretaris Keijzer heeft daar een stokje voor gestoken met wetgeving die per 1 juli in werking is getreden. Wat betekent dat voor uw organisatie?

Tot 1 juli van dit jaar maakten organisaties voor de telemarketing gebruik van het zogenoemde opt-outsysteem. Er was daarbij geen toestemming nodig om iemand te bellen. Afmelden kon alleen via het Bel-me-niet-Register.

Sinds 1 juli is de Telecommunicatiewet gewijzigd en geldt het opt-insysteem. Organisaties mogen dan alleen nog maar bellen als ze toestemming hebben. Voor goede doelen geldt geen uitzondering op deze regel.

Een groot verschil tussen het opt-outsysteem en het opt-insysteem is dat organisaties sinds 1 juli moeten bewijzen dat zij mogen bellen. De bewijslast ligt bij de organisatie. Maar wanneer mag uw organisatie dan iemand bellen?

Geen uitzondering in Telecommunicatiewet opgenomen voor goede doelen

Goede doelen zijn niet blij met de wijziging van het opt-outsysteem naar het opt-insysteem. Ze hebben demissionair staatssecretaris Mona Keijzer van Economische Zaken gevraagd om een uitzondering op te nemen voor goede doelen, maar de staatssecretaris vond dat niet nodig. Goede Doelen Nederland heeft aangegeven dat zelfregulering binnen de sector ook mogelijk is.

Onduidelijk

De staatssecretaris vond dat geen goede oplossing en hield vast aan de voorgestelde definities voor telemarketing en klantrelatie. Met het gebruik van zelfregulering is het namelijk nog steeds onduidelijk waarom iemand door een bepaalde organisatie wordt gebeld.

Uiteindelijk is er door het amendement van de Tweede Kamer toch nog een beetje ruimte gekomen voor goede doelen. De praktijk moet uitwijzen of de non-profitsector daar voldoende aan heeft.

Bewijslast

In de nieuwe wet zijn twee situaties omschreven wanneer uw organisatie telefonisch contact mag opnemen:

- als er sprake is van een klantrelatie;
- als er toestemming is gegeven om gebeld te mogen worden en deze toestemming is vastgelegd.

Let dus op als uw organisatie gaat bellen! De bewijslast ligt nu bij de organisatie, niet bij de particulier. Dit houdt in dat uw organisatie de administratie wel goed geregeld moet hebben, zodat u het vereiste bewijs zo boven tafel kunt krijgen.

Ruimere definitie klantrelatie

Volgens de wet mogen organisaties klanten en donateurs bellen als er sprake is van een financiële relatie (klantrelatie). Er moet dan dus een betaling hebben plaatsgevonden.

Goede doelen hebben naast donateurs ook andere 'klanten', denk hierbij aan sympathisanten en vrijwilligers. Zij betalen niet met geld, maar met tijd en kennis. Dankzij het amendement van de Kamerleden Palland/Bromet mogen goede doelen een ruimere definitie van het begrip klantrelatie hanteren. Zij mogen naast donateurs ook vrijwilligers en sympathisanten bellen.

Het bijwonen van een fysieke betoging telt als klantrelatie

Gradaties van sympathisanten

Sympathisanten zijn er in meer en mindere gradaties en hier houdt de nieuwe wet ook rekening mee. Het tekenen van een petitie is te mager om als klantrelatie van uw goede doel door te gaan, maar het bijwonen van een fysieke betoging zoals bijvoorbeeld Black Lives Matters of een Klimaatmars is dit waarschijnlijk weer wel. Op voorwaarde dat het goede doel de deelnemers kent of registreert.

Ook hiervoor is het verplicht om te vermelden dat iemand na het afgeven van het telefoonnummer telefonisch benaderd kan worden voor fondsenwervende doeleinden. U moet daar ook een afmeldmogelijkheid bij opnemen.

Gevolgen van de nieuwe Telecommunicatiewet

Hieronder vindt u een samenvatting van de gevolgen van de nieuwe wet:

- De bewijslast om te mogen bellen ligt bij uw goede doel.
- De relatie moet het telefoonnummer zelf hebben opgegeven.
- Bij het aangaan van een klantrelatie moet u altijd vermelden dat u iemand telefonisch kunt benaderen voor fondsenwervende doeleinden.
- Er moet altijd een afmeldmogelijkheid aanwezig zijn.
- Uw organisatie mag donateurs, vrijwilligers en sympathisanten bellen tot drie jaar na het aangaan van deze relatie, daarna moet de relatie hiervoor toestemming geven.
- Voor relaties die voor 1 juli zijn opgenomen in uw database geldt dat u ze tot 1 juli 2024 mag benaderen.

Terugwerkende kracht

De nieuwe wetgeving is van toepassing op nieuwe donateurs geworven na 1 juli 2021. De wet werkt niet met terugwerkende kracht. Bij het werven van nieuwe donateurs moet u wel duidelijk vermelden dat u door het afgeven van het telefoonnummer de donateur kunt bellen voor fondsenwervende doeleinden. Ook hier moet u een duidelijke en expliciete afmeldmogelijkheid bieden.

Voor nieuwe donateurs die u heeft geworven na 1 juli 2021 geldt dat u ze maximaal drie jaar na de laatste gift of het aangaan van de relatie mag bellen. Als uw organisatie na deze drie jaar telefonisch fondsen wil werven van deze klant, kan dat alleen als voor het aflopen van deze termijn een bel-me-wel/opt-in is afgegeven en vastgelegd in de database met vermelding van afgifte datum en via welk kanaal dit gedaan is.

Huidige donateurs mag u tot 1 juli 2024 benaderen

Maximaal drie jaar

Voor de reeds aanwezige donateursbase per 1 juli geldt dat u deze donateur tot 1 juli 2024 mag benaderen vanuit die bestaande klantrelatie of maximaal drie jaar na de laatste gift. Krijgt uw organisatie dus na 1 juli een gift van iemand, dan is er sprake van een nieuwe financiële transactie.

Voor het benaderen van relaties met een stopgezette doorlopende machtiging van betaling, is de stopdatum van de machtiging het uitgangspunt voor de klantrelatie. Mocht er na die stopdatum nog een gift zijn gedaan, dan kunt u uitgaan van de laatste giftdatum.

Dus als de donateur de machtiging per 1 augustus stopzet, mag u deze relatie tot 1 augustus 2024 benaderen. Heeft de donateur na 1 augustus een gift gedaan, dan is die datum het uitgangspunt.

Toestemming geven moet expliciet en ondubbelzinnig

Expliciete toestemming

Bij het telefonisch contact met de achterban is het aanbieden van het Bel-me-niet-register per 1 juli komen te vervallen. Uw organisatie is wel nog steeds verplicht om het recht van verzet aan te bieden bij telefonisch contact. Dit houdt in dat een donateur zich moet kunnen afmelden voor telefonisch contact.

Voor niet-klantrelaties geldt dat u altijd toestemming moet hebben gekregen om iemand telefonisch te benaderen. Hierbij moet uw organisatie tevens meenemen waarvoor u iemand kunt bellen en hoe vaak. Deze toestemming moet expliciet en ondubbelzinnig zijn.

Niet combineren met e-mail

Daarnaast moet iemand dat met een actieve handeling (bijvoorbeeld het aanvinken van een hokje) afgeven. Daarbij mag u deze toestemming niet combineren met de opt-in voor e-mail. Dit betekent dat er in de regel twee aanvinkvakjes komen. Bijvoorbeeld het volgende:

- ik wil de nieuwsbrief per e-mail ontvangen (maximaal één keer per week);
- u mag mij telefonisch informeren over uw aanpak, projecten en hoe ik kan bijdragen (maximaal vier keer per jaar).

Realiseer u zich dat de bewijslast bij uw organisatie ligt

Elke opt-in vastleggen

Het is hierbij belangrijk dat u zich realiseert dat de bewijslast bij uw organisatie ligt. Elke verkregen opt-in moet u vastleggen in de database met vermelding van datum en kanaal en waarvoor deze opt-in is afgegeven.

Ook bij het aangaan van een klantrelatie, moet u de startdatum duidelijk vermelden in de database. Hetzelfde geldt voor de einddatum van een structurele machtiging en het ontvangen van een losse gift. Uw organisatie moet alles duidelijk vermelden en daarbij ook de datum aangeven.

Toestemming vragen

Wilt u bovenstaande regels volledig omzeilen, dan kunt u natuurlijk altijd om toestemming vragen om een relatie te mogen bellen. Wel moet uw organisatie dan de datum en het kanaal van afgifte van die toestemming vastleggen. Dat maakt het wel zo makkelijk voor uw organisatie en uw relatie.

Dit verdiepingsartikel is geschreven door Patricia Heemskerk, oprichter van [Het Goededoelenmeisje](#), e-mail: patricia@hetgoededoelenmeisje.nl

Dit is een artikel van de redactie van Management Rendement

Management Rendement is dé informatiebron voor professionals die leidinggeven aan mensen en projecten. Het vakblad geeft de lezer handvatten om projecten en processen in de organisatie te stroomlijnen en optimaliseren, en om de mensen die bij deze processen betrokken zijn – intern en extern – optimaal aan te sturen. Belangrijke onderdelen van Management Rendement zijn project- en procesmanagement, wijzigingen in relevante wet- en regelgeving, en concrete tips en adviezen voor het verbeteren van leiderschap én de effectiviteit, prestaties, vaardigheden en inzichten van teamleden.

De onafhankelijke en ervaren redactie van Management Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. Management Rendement is daarnaast multimediaal. De voor uw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar u onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot uw beschikking heeft;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad Management Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl