

Ook de staatssecretaris doet een duit in uw zakje. Of haalt hij de duit (juist) uit dat zakje?

Op 1 oktober 2009 zal het bel-me-nietregister operationeel zijn, zoals op 29 april 2009 aangekondigd door staatssecretaris Heemskerk van Economische Zaken. Er gaat het nodige veranderen. Op de valreep is toch nog rekening gehouden met de fondsenwervende instellingen. We vroegen dé expert op dit gebied, mr. Alexander Singewald, onze lezers te informeren.

Met het bel-me-nietregister komt een einde aan (of begint juist) de kippendrift om het gehele bedrijfsleven, maar vooral de goede doelen, te beperken in hun mogelijkheden om op een efficiënte manier nieuwe leden, donateurs en klanten te werven. Want wat is er nu voor een goed doel overtui-

gender dan aan de telefoon, in een dialoog, uit te kunnen leggen wat het goede doel doet en vragen direct te beantwoorden?

De regeling van het bel-me-nietregister zou uiteindelijk leiden tot een besparing van 18,33 miljoen euro. Laten we even meerekenen

met de staatssecretaris: voor de blokkeringen in het bel-me-nietregister worden er jaarlijks 36,67 miljoen gesprekken van 1 minuut gevoerd. Dat is 611.111 uur tegen een uurtarief van € 30,-, wat een besparing oplevert van 18,33 miljoen euro. Besparen klinkt leuk, maar wat te denken van de gedeelde omzet voor bedrijven en organisaties? En vergeet niet de toenemende kosten die gemoeid zijn met het gebruik van alternatieve dragers van de boodschap. Maar dat is gemakshalve buiten beschouwing gelaten. Voor andere leuke berekeningen kan men terecht in de toelichting op het Besluit bel-me-nietregister, 26 februari 2009, Staatsblad, 2009, nr 129. Hogere wervingskosten zijn de nachtmerrie van iedere fondsenwerfer. Maar de staatssecretaris heeft daarmee rekening gehouden. In deze bijdrage zal worden ingegaan op de door hem geboden oplossing. Tot zover Den Haag Vandaag. Het zal niet de laatste keer zijn. Waar in dit artikel wordt gesproken over goede doelen gaat het om instellingen die in de wet worden omschreven als organisaties met 'charitatieve of ideële doeleinden'. Naast de 'goede doelen' mag geacht worden daar ook onder te vallen de 'rest van de wervende non-profitsector'.



Mr. Alexander Singewald

Reactie



Anna Kroodsmas

Uitzonderingspositie

"Zoals het er nu lijkt voor te staan, krijgen de goede doelen een uitzonderingspositie die nog iets verder

gaat dan alleen de branche-afmelding. Bij de mogelijkheid om je voor alle gesprekken af te melden wordt nog een doorvraag gesteld, of dit geldt voor alle gesprekken, behalve die van goede doelen of inclusief de goede doelen. Nu is de sector zelf aan zet om te laten zien dat ze deze uitzonderingspositie ook echt verdienen. En dat kan alleen als ze allemaal kiezen voor kwaliteit. Voor een aanpak die

gericht is op het verminderen van veelal terechte irritatie. Dit gaat niet altijd samen met de hoogste conversie voor de laagste prijs. Maar het is wel de enige manier om ervoor te zorgen dat de sector ook in de toekomst nog voldoende adressen overhoudt, die benaderd mogen worden voor steun op welke manier dan ook."

Anna Kroodsmas is directeur van Annie Connect, het andere call center. Vorig jaar produceerden Anna en Annie- oprichter Leo Dijkgraaf een minidocumentaire over het bellen voor goede doelen en de nieuwe regelgeving. De minidoc is op cd-rom gebruikt om Kamerleden en andere beslissers er toe te helpen brengen voor de goede doelen voldoende uitzondering te realiseren op de nieuwe regels.

Recht van verzet

Op 1 oktober 2009 zal de aanpassing van artikel 11.7 van de Telecommunicatiewet in werking treden. De abonnee krijgt het recht om zijn telefoonnummer te blokkeren tegen benadering voor ➔

→ commerciële, charitatieve of ideële doeleinden. Deze blokkering kan, zoals al lang mogelijk is, rechtstreeks worden doorgegeven. Hij kan voortaan ook via het bel-me-nietregister worden aangebracht. Daarnaast hadden en hebben we dan nog het recht uit de Wet bescherming persoonsgegevens, waar iedere 'betrokkene', zoals een lid, donateur, klant of prospect, de mogelijkheid heeft om zijn persoonsgegevens te blokkeren tegen verwerking voor commerciële of charitatieve doeleinden. Een donateur heeft voortaan de keuze voor het blokkeren van zijn persoonsgegevens of telefoonnummer. Daardoor neemt het belang sterk toe van het vastleggen van kanaalvoorkeuren voor communicatie met (toekomstige) leden, gevers en vrijwilligers.

voor commerciële of charitatieve doeleinden. Dat betekent niet meer benaderen, via geen enkel medium.

Blokkering op basis van artikel 11.7 Telecommunicatiewet (rechtstreeks bij het goede doel of via het bel-me-nietregister) betekent dat de persoon in kwestie niet meer per telefoon benaderd mag worden, tenzij het telefoonnummer is verkregen in het kader van een schenking aan een ideële of charitatieve organisatie en alleen wordt gebruikt voor het overbrengen van communicatie met betrekking tot schenkingen aan de ideële of charitatieve organisatie. Het lijkt er op alsof de wetgever er vanuit is gegaan dat goede doelen alleen donateurs hebben, want de wettekst spreekt uitsluitend over

twee bestanden. De eigen stoplijst, op basis van artikel 41 Wet bescherming persoonsgegevens en de blokkering op basis van artikel 11.7 lid 5 Telecommunicatiewet (de 'afmeldingen' die de fondsenwervende organisatie zelf heeft ontvangen). Met een goed georganiseerd crm-systeem is deze ontduubeling een kwestie van op de juiste wijze selecteren: diegenen die niet benaderd mogen worden, dienen te worden uitgesloten van de selectie.

Deelbestand 2, met mogelijke nieuwe donateurs, dient te worden ontduubeld tegen drie bestanden. Ook hier moeten de eigen stoplijst op basis van artikel 41 Wet bescherming persoonsgegevens worden gebruikt en de lijst met blokkeringen op basis van artikel 11.7 lid 5 Telecommunicatiewet. De derde lijst is het bel-me-nietregister (artikel 11.7 lid 6), waarbij diegenen die hebben aangegeven (deelblokkade) wel gebeld te willen worden voor goede doelen buiten de ontduubeling moeten blijven.

Wanneer een belbestand bijvoorbeeld alleen zou worden ontduubeld met het bel-me-nietregister, kan dit tot gevolg hebben dat donateurs van wie in het verleden een telefoonnummer is vastgelegd, die dus volgens de wettelijke regeling wel gebeld zouden mogen worden, ten onrechte worden uitgesloten, omdat zij ook voorkomen in het bel-me-nietregister. En de potentiële donateurs die niet voorkomen in het bel-me-nietregister, maar wel op de eigen stoplijst van de organisatie, zouden dan ten onrechte wel worden benaderd. Het op de juiste wijze ontduubelen zal nog een hele kunst worden.

Aanpassen scripts

Er bestaan dus verschillende soorten recht van verzet. Dit is de reden dat er in ieder telefoongesprek dient te worden gewezen op twee mogelijkheden. De gebelde moet worden gewezen op de

schenkingen. Het is onduidelijk of onder schenkingen ook kan worden begrepen lidmaatschappen.

Ontduubelen en herdedupliceren

Wat betekent dit in de praktijk als een goed doel een bestand samenstelt voor een outbound belactie onder donateurs en mogelijke nieuwe donateurs (prospects)? Dit bestand zal moeten worden gesplitst in twee deelbestanden. In deelbestand 1 zitten de

personen van wie het telefoonnummer in het kader van een donatie e.d. is verkregen. In deelbestand 2 zitten de potentiële donateurs.

Deelbestand 1, met donateurs, dient te worden ontduubeld tegen

geweest. Met name het feit dat we de afhandeling van bovenstaande zaken met behulp van interactieve voice respons mogen uitvoeren, maakt het allemaal een stuk eenvoudiger en geeft ons meer garantie dat we de wet goed en uniform uitvoeren en ondertussen onze targets blijven realiseren."

Patrick Jordens is bestuurslid Telecommerce bij brancheorganisatie DDMA en eigenaar van The Goodwill Family, een bedrijf gespecialiseerd in telefonische fondsenwerving. Namens het DDMA en het Infofilter heeft hij intensief deelgenomen aan de onderhandelingen met Economische Zaken en met de OPTA, over de praktische uitwerking van de Telecomwet.

Reactie



Patrick Jordens

Targets realiseren

Zoals het nu lijkt moeten de bellende partijen, de fondsenwerver en het telemarketingbureau, aan allerlei onmogelijke en ingewikkelde vereisten voldoen om straks nog donateurs of leden per telefoon te kunnen werven. In werkelijkheid gaat het om drie zaken: Ontduubel koude bestanden netjes met het bel-me-nietregister. Bied het recht van verzet waar dat van toepassing is. En bied de mogelijkheid tot uitschrijving in het register aan de consument. Onze invloed op de uitwerking van de wet is groot

Soorten blokkering

Blokkering op basis van artikel 41 Wet bescherming persoonsgegevens (de eigen 'stoplijst') is een absolute en daarmee de zwaarste blokkering: persoonsgegevens mogen niet meer worden verwerkt

mogelijkheid om rechtstreeks bij het goede doel zijn telefoonnummer en/of persoonsgegevens te blokkeren. De gebelde moet ook worden gewezen op de mogelijkheid om het telefoonnummer te blokkeren via het bel-me-nietregister. En als de gebelde dit wil dan dient hij daarin meteen te worden opgenomen. Het is wel toegestaan om deze onmiddellijke opname in het bel-me-nietregister volautomatisch af te handelen via een interactief voice respons systeem. Het wijzen van de gebelde op deze afmeldingsmogelijkheden, moet in ieder gesprek gebeuren, ook bij iemand die bijvoorbeeld al vijftien jaar donateur is. Dit betekent dat alle gehanteerde bescrpts zullen moeten worden aangepast, dat de gesprekken langer gaan duren, wervingskosten zullen stijgen, en dat nieuwe irritatie het gevolg zal zijn. En dat terwijl de overheid met deze regeling juist irritatie wil voorkomen. Overigens kunnen consumenten zich, los van een telefonisch benadering, altijd zelf afmelden bij het bel-me-nietregister via internet.

Ook de kosten die deze nieuwe regeling voor het bedrijfsleven met zich meebrengt, zijn door de overheid berekend en opgenomen in de toelichting op het Besluit bel-me-nietregister. De eenmalige kosten voor het bedrijfsleven worden geschat op € 1.866.500,- en de structurele, administratieve lasten voor de inschrijving van abonnees, zoals aanleveren en downloaden, schat de overheid op € 252.608,-.

Speciale positie goede doelen

Tijdens de behandeling van de wetswijziging in de Eerste kamer (Handelingen 2008-2009, nr. 7, Eerste Kamer, pag. 378) heeft de Staatssecretaris gezegd:

“De goedbedoelensector heeft, met alle andere sectoren die gebruikmaken van telemarke-

ting, ruimschoots de kans gekregen om irritatie rond telemarketing te reduceren. Uit onderzoek blijkt dat ook goede doelen voor slechte gevoelens kunnen zorgen, omdat door telemarketing irritatie is ontstaan over goede doelen. Dat blijkt onder andere uit de vele burgerbrieven over dit onderwerp. Vooral oudere consumenten kunnen in vervelende situaties terechtkomen door een te opdringerige werkwijze ten behoeve van goede doelen. Om toch tegemoet te komen aan goede doelen heb ik ervoor gezorgd dat men bij het bel-me-nietregister een gedifferentieerde aanmelding kan doen. Er kan dan een deelblokkade in het register worden opgenomen, waarbij de consumenten ervoor kunnen kiezen om telemarketing voor goede doelen toe te staan. In de voorlichting zal nog

eens extra gewezen worden op de mogelijkheid van een gedifferentieerde blokkade.’

Reactie



Flip van der Kolk

Het verschil maken

“Singewald signaleert dat hogere wervingskosten de nachtmerrie zijn van iedere fondsenwerver.

Misschien ligt daar ook wel de oorzaak van al dit gedoe: teveel letten op de kwantiteit (prijs en aantal calls per uur) en niet op de kwaliteit (respectvolle, interactieve gesprekken). Dat is vragen om irritatie, ook bij (potentiële) donateurs van goede doelen. En als het in de ogen van politici allemaal te lang duurt, gaan ze over op wetgeving. Jammer dat

hun eigen irritatie daarin zo'n nadrukkelijke rol heeft gespeeld. Als straks na 1/10 de stofwolken zijn opgetrokken, zal het effect op de irritatiegraad blijken. En op het geld dat goede doelen via de telefoon werven. Met respectvolle telefoongesprekken door telecedenten, met passie voor goede doelen ('Wij bellen voor een betere wereld') kun je het verschil maken, ook na invoering van het bel-me-nietregister.”

drs Flip van der Kolk is directeur van Christal Teleservice BV. Via een aantal relaties in politiek Den Haag heeft hij zijn best gedaan de regelgeving op een voor de goede doelen positieve wijze te beïnvloeden.

Denkt men nu werkelijk dat, wanneer bij onmiddellijke opname in het bel-me-nietregister, in de praktijk steeds expliciet de vraag wordt gesteld of de gebelde dan nog wel voor goede doelen benaderd wil worden?

Zo iets zou alleen maar leiden tot het verlengen van de gespreksduur, waardoor de kosten voor het bellende bedrijf alleen maar zullen toenemen.

Wanneer hierover geen harde afspraken

worden gemaakt door de brancheorganisaties, komt daar niets van terecht en zijn de →



→ nadelige gevolgen voor de goede doelen en dus de mensen voor wie zij met hun werk in touw zijn.

1956

En als we denken er daarmee van af te zijn, dan geldt ook nog altijd het volgende. Artikel 435 e Wetboek van strafrecht, ingevoerd in 1956, stelt dat het verboden is "om telefonisch goederen en/of diensten aan te bieden buiten besloten kring daarbij de indruk wekkend dat de opbrengst geheel of gedeeltelijk ten goede zal komen van een goed of een ideëel doel". Het begrip 'besloten kring' is hierbij van cruciaal belang. Donateurs en leden zullen worden beschouwd als 'besloten kring'. Het aanbieden van een incentive bij het geven van extra geld is dan toegestaan. Maar het inzetten van incentives bij werving van nieuwe donateurs of leden is niet toegestaan. Ook dit is een forse beperking van de mogelijkheden voor de goede doelen.

Forste boetes

Het overtreden van de regelgeving

€ 450.000,- per overtreding. Als outbound telemarketingactiviteiten worden uitgevoerd, is het voor een fondsenwerver straks van cruciaal belang om met het uitvoerende callcenter sluitende contractuele afspraken te maken over het juist en feitelijk aanbieden van de rechten van verzet en, wanneer het recht van verzet door de gebelde wordt aangetekend, op een juiste uitvoering ervan. Want als een donateur of lid aangeeft niet te willen worden benaderd door het goede doel waarvoor wordt gebeld, zal dat door het callcenter wel aan het goede doel moeten worden doorgegeven, zodat het goede doel het kan registreren om te zorgen dat bij vervolg outbound telemarketingactiviteiten deze persoon niet meer wordt gebeld. Voor de callcenters is het van groot belang om heldere afspraken te maken met hun opdrachtgevende goede doelen, over de status van de bestanden waarop zij moeten gaan bellen. Duidelijk moet zijn dat daarin geen records voorkomen die zijn opgenomen op de stoplijsten van het goede doel

(de 'afmeldingen' die de fondsenwervende organisatie zelf heeft ontvangen, direct of via een voor dat doel werkend callcenter). Ook moet duidelijk zijn wie van beide partijen feitelijk de ontdubbeling doet tegen het bel-me-nietregister en hoe dat precies gebeurt.

Ingrijpende gevolgen

De voorstelling van zaken van de OPTA (Voorlichtingsbrief Telemarketing, OPTA, openbare versie April 2009), dat consumenten die in het bel-me-nietregister staan niet mogen worden gebeld, is te algemeen geformuleerd en wettelijk gezien niet juist. Want volgens de komende wetgeving mogen bestaande donateurs wel worden gebeld, evenals personen die door deelblokkering bij het bel-me-nietregister hebben aangegeven wel door goede doelen te willen worden gebeld. Alleen de records uit de eigen stoplijst moeten er uit worden gehaald.

Het is te simpel om te veronderstellen dat de gevolgen voor de goedbedoelensector beperkt zijn tot de ontdubbeling met het bel-me-nietregister en het in elk gesprek aanbieden van een blokkering in het bel-me-nietregister en het recht van verzet. Zoals uit dit artikel blijkt gaat het om veel meer dan dat alleen. Bovendien zal in de vaak weerbarstige praktijk pas echt blijken wat er gaat gebeuren als zoveel belanghebbenden, al dan niet met elkaar samenwerkend, de nieuwe regeling moeten gaan uitvoeren.

E-mailbeperkingen

En alsof het allemaal nog niet voldoende is zal per 1 juli 2009 business to business e-mail alleen nog maar mogelijk zijn met, als hoofdregel, voorafgaande toestemming. Tot 1 juli 2009 mag e-mail zelf nog gebruikt worden om deze toestemming te vragen. Zonder die toestemming mogen ook goede doelen na 1 juli 2009 ondernemingen niet meer per e-mail →

Reactie



Henk Smit

Grondrecht

"Voor mij blijft essentieel dat wij als goedbedoelensector gebruik moeten kunnen blijven maken van ons recht op vrije meningsuiting, om te proberen steun te verkrijgen voor wat wij doen. Om ons werk te blijven doen MOETEN we mensen kunnen benaderen en vragen om steun. Deze nieuwe wet doorkruist dergelijke noodzakelijke grondrechten, die ook voor de

goedbedoelensector gelden. En wij hebben dat als branche laten gebeuren. Dan is het wachten alleen nog maar op een initiatief om ook 'die vreselijke cultuur van de bedelbrieven' aan banden te leggen. Het schrijf-me-nietregister komt er aan."

Henk Smit is directeur van de Fundraising Company. Hij trok eerder in een artikel in Vakblad Fondsenwerving van leer tegen de regelgeving en plette daarin voor het recht op vrije meningsuiting en daaruitvolgend het recht van goede doelen om steun te zoeken voor hun denkbeelden, ook financiële steun.

op het gebied van outbound telemarketing, na 1 oktober 2009, kan door de OPTA worden bestraft met een boete van maximaal

zelf, op basis van artikel 41 Wet bescherming persoonsgegevens en de blokkering op basis van artikel 11.7 lid 5 Telecommunicatiewet

WDM lanceert website bel-me-nietregister

In samenwerking met Versteeg Wigman Sprey Advocaten heeft WDM de consequenties voor het inzetten van telemarketingdata uitgezocht. Op de nieuwe site www.wdm.nl/belmewel is de meest actuele informatie over het bel-me-nietregister en de nieuwe wetgeving te vinden.

Om in te spelen op de invoering van het bel-me-nietregister, presenteert WDM op de website www.wdm.nl/belmewel zijn beschikbare telemarketingadressen, geschoond met de telefoon-

nummers uit het Infilter en, per 1 juni 2009, het bel-me-nietregister. WDM zorgt voor regelmatige schoning van alle inschrijvers in het Infilter en het bel-me-nietregister. In de telmodule 'doelgroepselectie' kan worden geteld op geslacht, leeftijd, provincie, inkomen, gezinsfase en eigendom woning. In de telmodule 'interessesselectie' kan worden geteld op basis van concrete interesses, gerelateerd aan de volgende onderwerpen: auto, vakantie, financiën, goede doelen, gezondheid, wonen, telecom/energie.

mits bij het verzamelen van het e-mailadres is gewezen op het recht van verzet. Dat laatste was in b-to-b-relaties nooit verplicht en het werd dan ook zelden gedaan. Deze uitzondering op de hoofdregel zal derhalve weinig praktische betekenis hebben. ←

Mr. Alexander J.J.T. Singewald

Singewald Consultants Group BV adviseert bij (complexe) juridische en strategische vraagstukken, nationaal, Europees en internationaal, met betrekking tot wet en regelgeving over gebruik en bescherming van leden, donateurs, klant en prospectgegevens. De nadruk ligt hierbij primair op de gebieden direct- en database marketing, thuiswinkelen en sales promotion. Singewald Consultants Group werkt voornamelijk voor organisaties die de database onderkennen als een onderdeel van het primaire bedrijfsproces. Info: www.privacy.nl

→ benaderen voor charitatieve doeleinden.

Overigens is er wel een aantal uitzonderingen op de hoofdregel.

Als het e-mailadres is verkregen in het kader van verkoop, dan is het gebruik voor het aanbieden van eigen, gelijksoortige producten en diensten wel toegestaan,



Volle bussen?

Dat is uw doel. Om dat te bereiken moet uw collectant goed toegerust op pad. Wij zorgen ervoor dat uw collectanten op tijd de juiste materialen in huis hebben. Daar zijn wij goed in: het samenstellen en verzenden van uw collectematerialen, inclusief de digitale afhandeling van uw bestellingen.

Zodat u kunt collecteren zonder zorgen.

Mailfors
Argonweg 10
3812 RB Amersfoort
T (033) 460 12 50
E info@mailfors.nl



www.mailfors.nl



Hallo, wij zijn **goodwill+** family

Prijswinnaars!

2009
PLANTRONICS
TELESales
TEAM TROPHY

Telemarketing belangrijk voor uw targets?

Wij boeken niet alleen een geweldig resultaat voor onze klanten, wij zijn ook al klaar voor de nieuwe telecomwetgeving! The Goodwill Family, trendset- tend, meedenkend en bovenal resultaatgericht. Laat ons dus helpen uw targets te realiseren.

Bel ons op 088-CONTACT (088-2668228) en vraag naar Jeroen Hogenhout, of mail naar: info@goodwillfamily.nl
The Goodwill Family
Prijswinnaar Plantronics Telesales Team Trophy 2009
www.goodwillfamily.nl