

Vergaderjaar 2020–2021

**35 421**

## **Wijziging van de Telecommunicatiewet in verband met het invoeren van een opt-in-systeem voor het overbrengen van ongevraagde communicatie voor commerciële, ideële of charitatieve doeleinden aan natuurlijke personen**

**Nr. 11**

### **AMENDEMENT VAN DE LEDEN PALLAND EN BROMET TER VERVANGING VAN DAT GEDRUKT ONDER NR. 7<sup>1</sup>**

Ontvangen 14 december 2020

De ondergetekenden stellen het volgende amendement voor:

In artikel I, onderdeel C, komt het voorgestelde artikel 11.7, vijfde lid, te luiden:

5. Het vierde lid is van overeenkomstige toepassing op:

a. contactgegevens die ideële of charitatieve organisaties hebben verkregen in het kader van een schenking aan die ideële of charitatieve organisatie; of

b. voor zover sprake is van gebruikmaking van andere dan de in het eerste lid bedoelde middelen, op contactgegevens die ideële of charitatieve organisaties van de eindgebruiker hebben verkregen in het kader van:

1°. vrijwilligerswerk bij die organisatie;

2°. het bijwonen van manifestaties van die organisatie.

### **Toelichting**

Indieners zijn voorstander van een opt-in-systeem voor telemarketing om consumenten en andere natuurlijke personen te beschermen tegen verkooptelefoontjes waarvoor geen toestemming is verleend.

Indieners zijn daarbij echter van mening dat de positie van goede doelen vraagt om een aanpassing van de voorgestelde regels. Goede doelen zijn van groot maatschappelijk belang. Voor hun inkomsten zijn zij in hoge mate afhankelijk van telefonische werving van fondsen en vrijwilligers. Het voorgestelde opt-insysteem beperkt goede doelen in hun mogelijkheden om potentiële donateurs en vrijwilligers te bereiken.

Met dit amendement beogen de indieners het klantrelatie-begrip in de wet voor goede doelenorganisaties (ideële/charitatieve doelen) te verruimen om goede doelen daarmee meer ruimte te bieden voor

<sup>1</sup> Vervanging in verband met een wijziging in de ondertekening.

telemarketing en tegelijkertijd het opt-in-systeem te handhaven. Hierbij geldt niet alleen een financiële relatie («verkoop») als een klantrelatie, maar ook indien een natuurlijk persoon aantoonbaar sympathiseert met een goed doel blijkend uit het verrichten van vrijwilligerswerk of het bijwonen van een manifestatie. Deze verruiming van het begrip «klantrelatie» stelt goede doelen in staat donateurs en vrijwilligers te blijven werven.

Palland  
Bromet