

Vragen gesteld door de leden der Kamer, met de daarop door de regering gegeven antwoorden

377

Vragen van het lid **Gesthuizen** (SP) aan de minster van Justitie over *de huis-aan-huis-verkoop van kaarten voor goede doelen* (ingezonden 19 augustus 2010).

Antwoord van minister **Opstelten** (Veiligheid en Justitie) (ontvangen 4 november 2010) Zie ook Aanhangsel Handelingen, vergaderjaar 2009–2010, nr. 3366.

Vraag 1

Kent u de berichten «Benefietkaarten melkkoe» en «Care Promotions wil niet enige Brave Hendrik zijn»?¹ Herinnert u zich uw antwoorden op eerdere vragen over verkoopactiviteiten voor goede doelen?²

Antwoord 1

Ja.

Vraag 2

Is een bedrijf dat suggereert goede doelen te steunen met de opbrengsten van kaartverkoop nu reeds verplicht te melden welke goede doelen dat zijn, en welk deel van de opbrengst daadwerkelijk naar goede doelen gaat? Zo nee, bent u bereid deze verplichtingen in het leven te roepen? Kunt u uw antwoord toelichten?

Antwoord 2

Nee.

Het opleggen van een meldingsplicht over welk deel van de opbrengst naar welk goed doel gaat, is voorbehouden aan de gemeente die op grond van de Algemene Plaatselijke Verordening (APV) vergunning moet verlenen voor huis-aan-huisverkoop. Gemeenten die voornemens zijn een vergunning te verlenen aan de verkopende instantie kunnen eisen stellen op gebied van transparantie en externe controle. Veel gemeenten vragen eerst advies aan het Centraal Bureau Fondsenwerving alvorens wordt overgegaan tot het verlenen of weigeren van de gevraagde vergunning. Ingeval de verkopende organisatie zich niet transparant opstelt of zich niet wil verantwoorden over de opbrengsten en kosten van de fondsenwerving, kan de gemeente de vergunning weigeren.

¹ AD/De Dordtenaar, 18 augustus 2010.

² Aanhangsel van de Handelingen, vergaderjaar 2009–2010, nr. 2622.

Vraag 3

Vindt u het nog steeds «niet wenselijk» dat een verkopend bedrijf geen informatie publiceert over de verhouding tussen bedrijfskosten en afdrachten aan goede doelen, omdat burgers er op moeten kunnen vertrouwen dat hun donaties voor goede doelen daar ook daadwerkelijk grotendeels terechtkomen? Vindt u nog steeds dat «transparantie en vertrouwen belangrijke factoren zijn om de positieve houding van burgers ten aanzien van goede doelen in stand te houden»?³ Welke concrete stappen gaat u nemen om op te treden tegen bedrijven die het vertrouwen van burgers in goede doelen beschamen?

Antwoord 3

Transparantie en vertrouwen in goede doelen organisaties zijn van wezenlijk belang voor donateurs. Dit brengt mee dat goede doelen organisaties een eigen verantwoordelijkheid hebben ten aanzien van de samenwerking met commerciële bedrijven die huis-aan-huis kaarten verkopen. Het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF) raadt goede doelen organisaties af om samen te werken met commerciële bedrijven die zich niet transparant verantwoorden of een onvolledige of onjuiste voorstelling van zaken geven over huis-aan-huisverkoop van kaarten voor het goede doel. Over de transparantie inzake de verhouding tussen bedrijfskosten en afdrachten aan goede doelen wijs ik op de publicatieplicht van rechtspersonen die jaarlijks hun jaarrekening en overige stukken moeten deponeren bij de Kamer van Koophandel. Een ieder kan deze jaarstukken inzien door elektronische raadpleging van het handelsregister. Om de transparantie verder te bevorderen is het wetsvoorstel publicatieplicht stichtingen⁴ inmiddels in consultatie geweest en worden de reacties nader besproken. Daarin is de verplichting opgenomen dat ook stichtingen -net als overige rechtspersonen- jaarlijks hun jaarrekening en overige stukken moeten deponeren bij de Kamer van Koophandel. Voorts controleert de Belastingdienst zorgvuldig uitgaven die als gift ten behoeve van goede doelen worden opgevoerd.

Vraag 4

Wat is de consequentie wanneer niet voldaan wordt aan het criterium dat 75 procent van de opbrengst van de verkoop van kaarten daadwerkelijk besteed wordt aan goede doelen?³ Wat is in dergelijke gevallen de procedure? Welke instanties zijn bevoegd in voorkomende gevallen handhavend op te treden? Op welke wijzen kan er worden opgetreden tegen bedrijven die niets of slechts een fractie van de opbrengst afdragen aan goede doelen?

Antwoord 4

Het Centraal Bureau Fondsenwerving verleent op aanvraag na zorgvuldig onderzoek het CBF-Keurmerk aan goede doelenorganisaties die aan de voorwaarden van het keurmerk voldoen. Onderdeel daarvan is dat minimaal 75 procent van de inkomsten direct of indirect wordt besteed aan het goede doel. Dit keurmerk biedt een zekere bescherming aan donateurs dat hun giften inderdaad aan goede doelen worden besteed. Het CBF controleert jaarlijks of de keurmerkhouders nog voldoet aan de voorwaarden, is dit niet het geval dan volgt intrekking van het keurmerk. De gemeente is bevoegd voorwaarden te stellen aan het verlenen van een vergunning voor huis-aan-huis verkoop en kan de vergunning weigeren, het Openbaar Ministerie kan overgaan tot een strafrechtelijk onderzoek. Zie ook mijn antwoord op vraag 2.

Vraag 5

Is hier mogelijk sprake van strafbare feiten? Bent u alsnog bereid onderzoek in te stellen naar de verkoopactiviteiten van bedrijven zoals Care Promotions en andere bedrijven waarover klachten zijn binnengekomen? Zo nee, waarom niet?

³ Aangangsel van de Handelingen, vergaderjaar 2009–2010, nr. 2622.

⁴ Wijziging van Boek 2 van het Burgerlijk Wetboek en de Wet op de economische delicten in verband met het openbaar maken van de balans en de staat van baten en lasten door stichtingen.

Antwoord 5

De gemeente verleent vergunning voor huis-aan-huisverkoop. Wanneer een organisatie aan wie een dergelijke vergunning is verleend de daar aan verbonden voorwaarden overtreedt, dan zal de aanpak van deze overtreding in het algemeen plaatsvinden in bestuursrechtelijke zin. Daarbij valt onder meer te denken aan intrekking van de vergunning. Wanneer de feiten en omstandigheden daartoe aanleiding geven, kan worden overgegaan tot een strafrechtelijk onderzoek. Daarvan is nog geen sprake.