

Handreiking **verantwoorde** **fondsenwerving**

2025



Doel van deze handreiking

Het doel van deze handreiking¹ is om leden van Goede Doelen Nederland te voorzien van handvatten voor de inrichting van fondsenwerving² zodat zij het eigen kader kunnen bepalen. Het biedt tevens een overzicht van de relevante wet- en regelgeving.

Waarom is verantwoorde fondsenwerving belangrijk?

Goede doelen richten zich op maatschappelijke vraagstukken die de overheid of markt niet (alleen) kan oplossen en zijn daarmee een onmisbaar fundament voor onze samenleving. Uit het onderzoek 'Geven in Nederland 2024'³ blijkt dat het merendeel van de mensen aan maatschappelijke doelen geeft en bijna de helft van de Nederlanders vrijwilligerswerk doet.

Goede doelen vragen mensen om steun en om zich te verbinden aan de realisatie van hun missie. Die steun kan bestaan uit het geven van geld, goederen en/of tijd. Het is van groot belang dat dit op een verantwoorde manier gebeurt, zodat mensen goede doelen ook in de toekomst willen blijven steunen. Voor een deel wordt dit gereguleerd door wet- en regelgeving. Maar organisaties zullen ook zelf, aan de eigen medewerkers en aan derden met wie wordt samengewerkt, een duidelijk kader moeten bieden waarbinnen verantwoorde werving plaatsvindt.

Wet- en regelgeving

Er is sprake van regulering door de overheid en zelfregulering. In bijlage 1 en 2 in deze handreiking is een overzicht opgenomen van de relevante wet- en regelgeving voor de diverse vormen van fondsenwerving. Ook wordt daarbij aangegeven of en wanneer er sprake is van verplichte toepassing. Als geen sprake is van verplichte toepassing, zal een organisatie zelf moeten bepalen of zij de regulering op haar organisatie van toepassing verklaart.

Erkenningsregeling

De Erkenningsregeling⁴ is een voorbeeld van zelfregulering. In de Erkenningsregeling is een hoofdstuk Integriteit opgenomen. Voor organisaties in de categorie C, D en E is het hebben van een gedragscode, waarin de normen en waarden van de organisatie zijn beschreven, verplicht. Die gedragscode, normen en waarden zijn ook bepalend voor de wijze waarop de fondsenwerving plaatsvindt. Een organisatie kan ervoor kiezen om ten aanzien van werving geen aparte code te maken, maar dit te integreren in de algemene gedragscode als onderdeel van het integriteitsstelsel. Goede Doelen Nederland heeft hiervoor een stappenplan⁵ ontwikkeld.

¹ Deze handreiking geeft informatie en handvatten maar legt als zodanig zelf geen normen of andere verplichtingen op.

² De term 'fondsenwerving' omvat alle vormen van werving door goede doelen: donaties, donateurs, vrijwilligers, etc.

³ Geven in Nederland 2024: www.filantropischestudies.nl

⁴ Sinds 2016 is binnen onze sector één norm voor kwaliteit, verantwoording en toezicht: de Erkenningsregeling met CBF als onafhankelijke toezichthouder. De meest recente versie van de regeling is te vinden op onze website.

⁵ Het Stappenplan Integriteitsstelsel werkt als een routekaart voor het (verder) ontwikkelen van het eigen integriteitsstelsel en werd ontwikkeld in samenwerking met KPMG, 2023.

In de Erkenningregeling is voor de organisaties in categorieën C, D en E, in het hoofdstuk Verantwoording opgenomen, dat een organisatie via de eigen website kenbaar maakt welke codes en richtlijnen worden onderschreven⁶. In de Erkenningregeling is voor alle categorieën vastgelegd dat goede doelen beleid opstellen over de omgang met hun belanghebbenden. Daaronder vallen ook donateurs.

International Statement of Ethical Principles in Fundraising

In internationaal verband is het 'Statement of Ethical Principles in Fundraising' tot stand gekomen. Een Nederlandse vertaling van dit statement is als bijlage 3 bij deze handreiking opgenomen. De verklaring beschrijft op hoofdlijnen de ethische aanpak en waarden die fondsenwervende professionals drijven. Het vervangt geen nationale wet- en regelgeving, maar kan gebruikt worden als uitgangspunt wanneer organisaties zelf een gedragscode willen ontwikkelen. Een organisatie kan ook besluiten de verklaring, al dan niet in aangepaste vorm, op de eigen organisatie van toepassing te verklaren.

Donateurgericht fondsenwerven

Goede doelen vragen mensen om steun en om zich te verbinden aan de realisatie van hun missie. De missie van de organisatie is dus onlosmakelijk met die van de donateur verbonden.

⁶ Alle erkende organisaties (de categorieën A t/m E) moeten conform het bepaalde in Hoofdstuk Verantwoording van de Erkenningregeling aangeven welke wervingsmethoden zij hanteren.

⁷ De Handreiking Integriteitssysteem is ontwikkeld door Partos en Goede Doelen Nederland in samenwerking met Governance & Integrity, 2022

Voor duurzame fondsenwerving is vertrouwen van het publiek noodzakelijk. Hiervoor is het belangrijk om de relatie met de donateur als uitgangspunt te nemen; de donateur centraal te stellen. Het is van groot belang om donateurgericht te zijn in alle fases van de relatie: (1) bij het vragen om steun, (2) tijdens het donateurschap: in het betrekken van de donateur en het uiten van waardering en (3) bij het beëindigen van de relatie, door middel van een eenvoudig opzegproces. Door te luisteren en te handelen naar de belangen en behoeftes van de donateur zal het vertrouwen toenemen.

Vragen en dilemma's bij werving

Ook als een organisatie een gedragscode heeft, al dan niet specifiek gericht op wervingsactiviteiten, kan een fondsenwerver in de praktijk geconfronteerd worden met vragen en dilemma's, waar een code soms niet direct antwoord op geeft. Het is van belang dit binnen een organisatie met elkaar te bespreken, bijvoorbeeld door middel van moreel beraad, en daarover het nodige vast te leggen. Om meer te weten te komen over moreel beraad binnen een organisatie, wordt verwezen naar de Handreiking Integriteitssysteem⁷. Goede Doelen Nederland heeft voor haar leden een afwegingskader ontwikkeld om dilemma's uit de praktijk te bespreken en een stappenplan om tot een integriteitssysteem te komen.

Bijlagen

1. Overzicht van relevante wetgeving
2. Overzicht van relevante zelfregulering
3. Internationale verklaring van ethische principes van fondsenwerving

Bijlage 1 | Overzicht van relevante wetgeving

Wetgeving	Onderwerp	Initiatiefnemer / eigenaar / toezicht	Toepassing: Verplicht / Voor wie?
Telecommunicatiewet	Regulering van alle elektronische communicatie en de klantrelatie, waaronder het recht van verzet.	Toezicht door Agentschap Telecom en Autoriteit Consument en Markt (ACM)	Verplicht voor alle elektronische activiteiten, zoals telemarketing, e-mail, sms en apps.
Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG)	Bescherming persoonsgegevens in de breedste zin.	Autoriteit Persoonsgegevens (AP) en Europese Commissie (EC)	Geldt voor alle organisaties in de gehele EU. Zie ook Handreiking AVG en Nalatenschappen van Goede Doelen Nederland.
AI-verordening (per 1 februari 2025)	Reguleren van AI systemen. Beschermen van waarden en rechten, onder meer rond privacy.	Europese Commissie (EC)	Geldt voor alle organisaties in de gehele EU die werken met kunstmatige intelligentie.

Onderstaande wetgeving is alleen van toepassing bij verkoop van een product of dienst, dus niet bij donateurswerving:

Wetgeving	Onderwerp	Initiatiefnemer / eigenaar / toezicht	Toepassing: Verplicht / Voor wie?
Koop op afstand (BW6)	Omvat alle aankopen en overeenkomsten zonder menselijke tussenkomst. Hieronder vallen onder meer: informatieplicht, schriftelijke bevestiging en bedenktijd.	Autoriteit Consument en Markt (ACM)	Als er sprake is van de verkoop van een product of dienst verplicht voor alle verkopende organisaties.
Oneerlijke handelspraktijken (BW6)	Beschermt consumenten tegen een misleidende of agressieve benadering door verkopers.	Autoriteit Consument en Markt (ACM)	Als er sprake is van de verkoop van een product of dienst verplicht voor alle verkopende organisaties.
Verkoop buiten de verkoopruijnte (BW6)	Beschermt consumenten bij overeenkomsten die worden gesloten bij deur-tot-deur verkoop en op straat.	Autoriteit Consument en Markt (ACM)	Als er sprake is van de verkoop van een product of dienst verplicht voor alle verkopende organisaties.
Wet digitale toegankelijkheid (per 28 juni 2025)	Verplicht dat digitale informatie via meer dan één zintuiglijk kanaal moet worden aangeboden.	Europese Commissie (EC)	Geldt voor alle organisaties in de gehele EU als er een webwinkel wordt geëxploiteerd.

Bijlage 2 | Overzicht van relevante zelfregulering

Zelfregulering	Onderwerp	Initiatiefnemer / eigenaar / toezicht	Toepassing: Verplicht / Voor wie?
Erkenningsregeling	Fondsenwerving algemeen.	De sector (GDN/CBF – commissie normstelling)	Verplicht voor erkende organisaties waaronder leden GDN.
Wervingsrooster huis-aan-huis werving met gedragscode	Reguleert en limiteert de werving aan de deur, borgt kwaliteit van de werving en geeft publiek en gemeenten inzicht wie, wanneer, waar aan de deur komt.	Stichting Regulering Huis-aan-huis Werving (betrokken partijen: GDN, DDDN, VFN en CBF)	Leden van GDN, DDDN en VFN die aan huis-aan-huis werving doen werken verplicht met het Wervingsrooster en houden zich aan de gedragscode.
Collecterooster met collecteprotocol	Reguleert en limiteert collecte aan de deur, borgt kwaliteit van de collecte en geeft publiek en gemeenten inzicht wie, wanneer, waar aan de deur komt.	Stichting Collecteplan en CBF	Leden van GDN die aan collecte doen werken verplicht met het Collecterooster.
Handreiking Nalaten	Gedragsregels voor werving, communicatie en afhandeling.	Goede Doelen Nederland	Niet verplicht, hulpmiddel voor leden van GDN.
Partos Gedragscode	Diverse onderwerpen, waaronder communicatie en fondsenwerving.	Partos	Verplicht voor leden van Partos.

Zelfregulering	Onderwerp	Initiatiefnemer / eigenaar / toezicht	Toepassing: Verplicht / Voor wie?
Nederlandse Reclame Code, daaronder vallen ruim 20 bijzondere reclamecodes, waaronder: - Code Postfilter - Code Ongeadresseerd Reclamedrukwerk (nee-nee sticker) - Code E-mail - Code Mobiele diensten - Code Social Media en Influencer Marketing - Code Telemarketing - Code Fieldmarketing	Diverse regels waar reclame aan moet voldoen. - Post en Direct Mail - E-mail - SMS, Mobiele diensten - Social Media - Influencer Marketing - Telemarketing - Fieldmarketing (huis-aan-huis en straatwerving)	Toezicht door Stichting Reclame Code Stichting Postfilter (mede op initiatief van GDN)	Afspraak binnen het adverterend bedrijfsleven om de NRC na te leven, geldt ook voor goede doelen. GDN verplicht haar leden expliciet, via het Huishoudelijk Reglement, om zich te houden aan de Code Postfilter, Code Fieldmarketing en Code Telemarketing.
DDMA Gedragscodes (o.a. DDMA Gedragscode Fieldmarketing en DDMA Gedragscode Telemarketing) en DDMA Privacy Waarborg	Aanvullende gedragscodes voor marketing en data gerelateerde activiteiten.	DDMA en KSF (Telemarketing)	Verplicht voor leden van DDMA.

Kijk voor meer informatie over zelfregulering op: <https://goededoelennederland.nl/over-de-sector/zelfregulering>

Bijlage 3 | Internationale verklaring van ethische principes van fondsenwerving

International Statement of Ethical Principles in Fundraising

Wereldwijd werken fondsenwervers aan een betere wereld. Onze doelen zijn weliswaar divers en onderscheidend, maar onze passie en betrokkenheid zijn universeel. De wijze waarop wij proberen fondsen te werven verschilt per cultuur en maatschappij. En ondanks dat de regelgeving van de landen waarin wij opereren van elkaar verschilt, toch delen wij dezelfde vastberadenheid om fondsen te werven volgens een hoge standaard en op ethische wijze.

Deze verklaring van Ethische Principes van Fondsenwerving zet de waarden, overtuigingen en principes uiteen die professionele fondsenwervers wereldwijd dienen na te leven. Het zet uiteen wat ons verenigt in de wijze waarop wij fondsen werven en wat ons verenigt als een wereldwijde gemeenschap toegewijd aan excellente fondsenwerving voor onze doelen, donateurs en achterban.

Deze verklaring kopieert niet, vervangt niet en overschrijft geen enkele wet- of regelgeving van een individueel land, aangezien verwacht wordt dat fondsenwervers de regels en richtlijnen zullen naleven die gelden in de landen waarin zij opereren. De verklaring beschrijft wél op hoofdlijnen de ethische aanpak en waarden die fondsenwervers drijven en levert een sjabloon voor wereldwijde samenwerking. Organisaties die deze Verklaring vrijwillig onderschrijven en ondersteunen doen dit als uiting van hun vastberadenheid voor excellente fondsenwerving en vanuit het gedeelde belang van een wereldwijd begrip van deze principes.

In landen of in organisaties waar fondsenwervers werken met een gedragscode, dient deze verklaring complementair te zijn aan de standaarden die reeds zijn gesteld. Voor anderen kan deze verklaring een basis vormen voor het ontwikkelen van praktische afspraken of regelgeving omtrent fondsenwerving. Met het naleven van deze principes denken wij de beste beleving te kunnen bieden aan onze donateurs en achterban, het vertrouwen van het publiek te kunnen vergroten en ons het beste te kunnen positioneren om onze missie te verwezenlijken.

Onze gedeelde principes voor fondsenwerving

Met deze principes zetten wij uiteen hoe wij als fondsenwervers opereren, en definiëren we onze ethische aanpak:

- **Eerlijkheid:** Fondsenwervers zijn altijd eerlijk, vertellen de waarheid en waarborgen het vertrouwen van het publiek. Zij misleiden de achterban of het publiek nooit.
- **Respect:** Fondsenwervers tonen altijd respect aan de beneficiënten en donateurs en komen waar mogelijk hun wensen en keuzes na.
- **Integriteit:** Fondsenwervers handelen altijd integer en leven de richtlijnen en wetgeving van toezichthouders na. Zij zetten zich te allen tijde in voor het belang van hun beneficiënten en donateurs.
- **Transparantie:** Fondsenwervers communiceren altijd transparant, helder en nauwkeurig over de activiteiten en de besteding van fondsen en zorgen voor nauwkeurige rapportage van kosten en de impact van donaties.
- **Verantwoordelijkheid:** Fondsenwervers gedragen zich altijd verantwoordelijk en zijn ervan doordrongen dat zij een gezamenlijk doel nastreven om 'excellente fondsenwerving' te bevorderen.

Standaarden van fondsenwerving

Onze standaarden gelden als benchmark voor 'excellente fondsenwerving' en zetten ons gedeelde kader uiteen om te werken op het hoogste niveau en in het belang van onze gekozen doelstellingen, met respect voor onze donateurs en onder volledige eigen verantwoordelijkheid.

Verantwoordelijkheid tot volledig naleven relevante wetgeving en regels van toezicht:

- Fondsenwervers handelen conform de nationale en internationale wettelijke verplichtingen die van toepassing zijn op de plaats, juridische vorm en activiteiten van hun organisatie.
- Fondsenwervers leven iedere vorm van regelgeving en gedragscode na die van toepassing zijn op het werven van fondsen in hun locatie.
- Fondsenwervers verrichten geen handelingen die opgevat zouden kunnen worden als professioneel wangedrag of die tot een belangenconflict zouden kunnen leiden.

Verantwoordelijkheid aan de achterban:

- Fondsenwervers respecteren altijd de vrije keuze van ieder individu om wel of niet te doneren.
- Fondsenwervers respecteren de rechten van donoren en leven hun voorkeuren met betrekking tot communicatie en privacy na.
- Fondsenwervers zijn open en transparant over de aanwending van de gedoneerde fondsen. Zij verstrekken heldere informatie over hoe het geld is besteed en de impact van hun activiteiten.
- Fondsenwervers communiceren naar volle eerlijkheid en waarheidsgetrouw over hun fondsenwervende activiteiten, in welk medium dan ook. Zij verstrekken te allen tijde nauwkeurige informatie over hun doel en de daarvoor ingezette middelen.

- Als een donateur de voorkeur heeft uitgesproken om geld te besteden aan een specifieke bestemming, zullen de wensen van de donateur zoveel mogelijk worden nagekomen. Mocht het niet mogelijk zijn de donatie conform de geuite wensen in te zetten, zal de fondsenwerver nadere overeenstemming proberen te bereiken met het individu of de organisatie over de exacte aanwending van de donatie.

Verantwoordelijkheid aan het gekozen doel en de begunstigden:

- Fondsenwervers werken samen met collega's in hun organisatie om nauwkeurige rapporten te verstrekken over inkomsten en uitgaven, in lijn met de daarvoor geldende nationale richtlijnen. Ook verstrekken zij heldere informatie over hun activiteiten aan hun stakeholders en het publiek.
- Fondsenwervers respecteren altijd hun begunstigden en waarborgen hun waardigheid en gevoel van eigenwaarde in alle gebruikte communicatie uitingen of materialen.
- Fondsenwervers accepteren geen donaties: (1) als die niet in het belang van de organisatie zijn, (2) waarbij sprake is van belangenverstrengeling, (3) wanneer de donaties afbreuk doen aan de reputatie of missie van de organisatie of de relatie tussen de begunstigden.

Managementrapportages, financiering en kosten van fondsenwerving:

- Fondsenwervers zijn transparant over de wervingskosten en wekken niet de indruk dat er met fondsenwerving geen administratie- en wervingskosten gemoeid zouden zijn.
- Fondsenwervers zorgen ervoor dat alle transacties, boekhouding en rapportages ten behoeve van de fondsenwerving waarvoor zij verantwoordelijk zijn, transparant en accuraat worden vastgelegd.

- Fondsenwervers werken samen met collega's in hun organisatie om nauwkeurige rapporten te verstrekken over inkomsten en uitgaven, in lijn met de daarvoor geldende nationale richtlijnen. Ook verstrekken zij heldere informatie over hun activiteiten aan hun stakeholders en het publiek.

Salariëring en vergoeding:

- Fondsenwervers ontvangen een rechtvaardige vergoeding voor hun werk. Zij mogen geen misbruik maken van hun positie teneinde ongeoorloofde of buitenproportioneel persoonlijk gewin te behalen.
- Fondsenwervers jagen geen persoonlijke voordeel of beloning na tijdens de uitoefening van hun werk. Een voordeel of beloning die wordt aangeboden aan een fondsenwerver dient te worden gemeld bij de eigen organisatie en/of relevante autoriteit en kan alleen aanvaard worden indien toegestaan binnen de aanwezige beleidsregels of met expliciete goedkeuring.
- Indien fondsenwervers samenwerken met specifieke leveranciers, partners of bureaus zullen zij alle redelijke maatregelen nemen om ervoor te zorgen dat deze partijen dezelfde standaarden naleven als zijzelf en dat die partijen geen buitenproportionele vergoeding krijgen voor hun werk.
- Alle betalingen en vergoedingen voor fondsenwervers zullen worden bepaald voordat het werk wordt uitgevoerd. Ook prestatie-gerelateerde betalingen worden van tevoren afgesproken en vastgelegd ter voorkoming van enige vorm van onredelijkheid of disproportie.

Overeengekomen door afgevaardigden van Nationale Fondsenwervende Instanties en aanvaard bij de International Fundraising Summit in London, 5 Juli 2018⁷.

⁷ <https://efa-net.eu/wp-content/uploads/2018/10/international-statement-of-ethical-principles-in-fundraising-july-2018.pdf>

Goede Doelen Nederland

Telefoon

+31(0) 20 422 99 77

E-mail

info@goededoelennederland.nl

Adres

100 Watt gebouw

James Wattstraat 100, 5e etage

1097 DM Amsterdam

www.goededoelennederland.nl

Volg ons op



Deze handreiking is een uitgave van Goede Doelen Nederland
en is met de grootste zorg samengesteld.

Vormgeving: Derk Bettonviel – Leiden

Copyright © april 2025

Goede Doelen Nederland, Amsterdam