



1996 - 2021

Congres 2021

Ethiek en kwaliteit als motor van communicatie en fondsenwerving

Op 23 oktober 1984 loodste BBC-reporter Michael Burke in 7 minuten een immense tragedie in Ethiopië binnen in de huiskamers van miljoenen mensen in Groot-Brittannië. De pakkende reportage werd overgenomen door meer dan honderd TV-stations wereldwijd en lag aan de basis van LiveAid - de eerste planetaire fondsenwervingscampagne - en van de moderne professionele fondsenwerving, in België en andere westerse landen.

https://www.youtube.com/watch?v=XYOj_6OYuJc

Bijzonder beklijvend en helaas nog actueel.

De focus op Ethiopië was nochtans enigszins bedrieglijk : met deze reportage plaatste de BBC het thema hongersnood toen op de radar van de internationale media, maar honger, ondervoeding en droogte waren toen al bijna een jaar een morbide realiteit in de ganse Sahelgordel. Er was eerder ook nauwelijks sprake van het fenomeen El Niño, dat zich sedert 1983 manifesteerde voor de kusten van Chili, met een potentieel wereldwijd klimaatimpact. . . Het ontbrak enkel aan een 'trigger'.

In november 1984 activeerde het Belgisch Consortium voor Noodhulpsituaties voor het eerst het verkorte postrekeningnummer 12-12. Het samenwerkingsverband bestond toen een vijftal jaren en had – los van de actualiteit – bij de Postcheques gevraagd naar een verkort nummer. Het werd de succesvolle opstap van de eerste gemeenschappelijke humanitaire oproep met een eenheidsrekeningnummer in België (al eerder gebruikt in Groot-Brittannië en Nederland). De slogan was overigens 'SOS SAHEL' en niet 'SOS Ethiopië'. Een jaar later was er ruim 380 miljoen BF (€ 9 miljoen – waarde 1985) aan giften binnengekomen, naast tonnen hulp in natura (zoals bloem, suiker, medicijnen, voertuigen, . . .).

In die periode kwam ik, als onervaren fondsenwerver voor Oxfam, terecht bij het Consortium en ontdekte, samen met de meeste andere collega's, een nieuwe wereld van communiceren en fondsen werven.

Tot dan toe was er meestal geen specifieke dienst en strategie binnen een organisatie voor de 'fundraising' en de term zelf was nauwelijks ingeburgerd. Giften werden meestal ingezameld door vrijwilligers, in kerken en scholen, deur-aan-deur of tijdens acties binnen de filosofisch-politieke zuilen. Naast bedelbussen en collecteomslagen verschenen er ook overschrijvingsformulieren en werden voorwerpen te koop aangeboden (stiften van Damiaanactie, mannetjes van Vredeseilanden, . . .). De meeste organisaties spitsten zich toe op een jaarlijks campagnemoment en stuurden elk kwartaal een tijdschrift naar hun schenkers, eerst met een jaarlijkse overschrijvingsstrook, later in elk nummer. Van 'bedelbrieven' was nog nauwelijks sprake. Sommige campagnes konden rekenen op redactionele ondersteuning van de media, bijvoorbeeld in een Echo-reportage, zaterdagavond op de BRT.

De Ethiopiëcrisis liet ons de kracht ontdekken van het beeld en van diens direct en emotioneel impact op de mensen.

Televisie was het dominante medium en bepaalde in grote mate de 'talk of the town', thuis, in de kerk, op school, tijdens en na het werk, . . . Een brede mobilisatie van burgers, organisaties, bedrijven en overheden kwam op gang. Nieuwsredacties en buitenlandreporters bleven maandenlang de informatiestroom onderhouden. Benefietacties, in eigen land en internationaal, werden op hun beurt een centraal thema in de berichtgeving. RTBF-oorlogsverslaggever Josy Dubié bleef maandenlang een brede solidariteitsbeweging in Wallonië stimuleren, met de steun van de zender.

Op internationaal niveau was BandAid/LiveAid de uitdrukking en bevestiging van de Angelsaksische globale popcultuur en van de nieuwe technologische mogelijkheden.

In dezelfde periode begon een aantal avant-gardisten, vaak afkomstig uit de verkoop per correspondentie (VPC), de methode van de direct marketing toe te passen op de fondsenwerving, ondersteund door de rekenkracht van computers voor het beheer en de analyse van adressenbestanden. De Direct Mailing (DM) deed zijn intrede. En samen met deze ontwikkelingen, kwam outsourcing aan toeleveranciers van gespecialiseerde diensten op de markt.

Aldus ontgroeide de geldinzameling stilaan het (zogenaamd) zuivere voluntarisme en kwam (zogenaamd) minder propere professionalisering op gang, gedragen door marketing, publiciteit, technologie en media en door een generatie van jonge 'ondernemers'. Oproepen tot vrijgevigheid van de bevolking werden meer gestructureerd en gepland en fondsenwerving kreeg een strategischere plaats in het beleid van de organisaties. In de beginjaren was noodhulp het voornaamste actiedomein, met Artsen zonder Grenzen als meest succesvolle pionier, snel gevolgd door de verenigingen voor kankerbestrijding.

Deze evoluties ontsnapten niet aan de aandacht van de wetgever. De volksvertegenwoordigers Jérôme in 1988, Grimberghs in 1992 en Viseur in 1996 legden, met de beste bedoelingen, gelijkaardige wetsvoorstellen neer "tot regeling van het beroep op de vrijgevigheid van de bevolking" (waarmee de term 'vrijgevigheid van de bevolking' gelanceerd was). De voorstellen beoogden een toelatingsbeleid door de minister van Binnenlandse Zaken of door een Commissie voor de vrijgevigheid van de bevolking. Geen enkel voorstel bleek echt werkbaar. Zo moest bij aanvang van een fondsenwervingsactie een inschatting van de kosten aantonen dat de bruto-opbrengst minstens 5 keer hoger zou liggen, of ook moest een bedelbrief de verhouding kosten/opbrengsten van de vorige mailing vermelden.

De twee eerste voorstellen werden door de Raad van State quasi integraal afgekraakt op basis van de Grondwet. Zo werden collectes in een religieuze context uitgesloten van elke regelgeving, omwille van de godsdienstvrijheid. Evenmin mocht de toelating voor oproepen tot vrijgevigheid van de bevolking enkel worden voorbehouden aan organisaties met formele rechtspersoonlijkheid, vermits de vrijheid van vereniging gewaarborgd is zonder deze voorwaarde. Geen van deze wetsvoorstellen is teruggekomen in de volgende legislatuur.

In de sector begon men wel argwanend te kijken naar mogelijke bemoeienissen van de overheid.

Tegen deze achtergrond werd in 1996 de Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving opgericht. De insteek was zelfregulering (om regelgeving door de overheid te vermijden), nogal moraliserend en ideologisch, zelfs wat protectionistisch, ... met als basisoptie : **fout gedrag vermijden, eerder dan goede praktijken aanmoedigen.**

De oprichting en het doel van de VEF moeten niet helemaal los gezien worden van twee schandalen die in die jaren nogal wat ophef maakten. In 1989 waren een aantal mensen, waaronder een zekere Michel Nihoul, aangehouden omwille van geldverduisteringen bij de vzw SOS Sahel; in 1996 werden ze veroordeeld. En in Frankrijk was in 1994 een grootschalige verduistering en fraude bij l'Association pour la Recherche sur le Cancer (ARC) naar buiten gebracht. De vereniging was zeer bekend, erkend als instelling van openbaar nut en telde niet minder dan 3,5 miljoen schenkers, maar amper 27% van de giften werden gebruikt voor kankeronderzoek...

De eerste Ethische Code van de VEF bestond uit een hoofdstuk over **financiële transparantie**, één over **fondsenwervingsmodaliteiten en relaties met de leveranciers** en één over **beheer van adressenbestanden**. De Ethische Code bevatte nog een vierde hoofdstuk, met een aantal regels rond "**de kwaliteit van acties, boodschappen en communicaties**" (nogal uitzonderlijk voor de Codes die toen in Europa in voege waren), geïnspireerd door de "Code voor Beelden en Boodschappen", opgesteld op Europees niveau en ondertekend door honderden structurele ontwikkelingsorganisaties. Het initiatief was overigens een nauwelijks verholen kritiek op de aanpak van Médecins sans Frontières, vooral in Frankrijk.

Deze Code was een reactie op het groeiend belang van de marketing, op de focus op noodhulp en op miserabilisme. Eigenlijk wou men dat fondsenwerving ondergeschikt of ten minste niet tegenstrijdig zou zijn met sensibilisering en ontwikkelingseducatie. Nogal wat mensen in de sector waren van mening dat fondsen werven, dus expliciet vragen naar geld, 'vuil' was; die argwaan is nog steeds niet helemaal verdwenen.

Zij meenden dat iemand die geïnformeerd en "bewust gemaakt" was, die een vereniging had leren kennen en akkoord ging met haar doelstellingen en werkwijzen, bijna automatisch en zonder het te moeten vragen wel schenker zou worden, eerst eenmaal, dan jaarlijks en daarna regelmatig, ...

Wij weten inmiddels dat weinig of geen mensen spontaan een gift doen : ze moeten duidelijk voelen dat hun bijdrage nodig is (zoals bij het zien van beelden na een natuurramp) en/of moeten er expliciet om gevraagd worden.

Maar er is vragen en vragen... De meeste van het beperkt aantal klachten dat bij de VEF werd ingediend, betreffen intrusieve of agressieve boodschappen, miserabilisme, voyeurisme, culpabilisering..., vooral in direct mailings en televisiespots. Zulke aanpak levert allicht een snel gewin op, maar leidt niet vanzelfsprekend tot duurzame fondsenwerving.

Uit een Censydamstudie die de VEF in 2003 liet uitvoeren, bleek trouwens dat zelfvoldaanheid (met name wanneer je welstand en geluk kan delen), eerder dan gewetenswroeging, een belangrijke motivatie was geworden voor schenkers.

De laatste jaren is het aantal klachten van dit type nog verder gedaald, alsof er gewenning is opgetreden, want controversiële methodes worden nog steeds gebruikt. Vaak gaat het natuurlijk om **subjectieve tolerantie** die moeilijk te vatten is in een gedragscode. **Wat is ethisch aanvaardbaar voor schenkers ?**

Deze vraag legde de VEF in 2016 voor aan de professoren Faseur en De Bock van de KU Leuven, campus Brussel. Het "Onderzoeksrapport naar de visie van Belgische schenkers over ethiek in fondsenwerving" besloot "*dat er geen zwart-wit antwoord bestaat op de vraag welke fondsenwervingspraktijken donateurs al dan niet aanvaardbaar vinden. Over welk gerelateerd thema het ook gaat (transparantie, campagnes, straatwerving, ...), er bestaat geen eenduidig antwoord op welke praktijken schenkers al dan niet ethisch beschouwen. Ook voor de onderliggende reden(en) is geen eenzijdig antwoord te formuleren. De analyse van de kwalitatieve data geeft echter wel aan dat deze percepties omtrent de aanvaardbaarheid van welbepaalde fondsenwervingspraktijken wordt gestuurd vanuit zes verschillende kernconcepten.*" Deze zijn : keuzevrijheid, waardigheid, authenticiteit, lange termijnrelatie, doelgerichtheid en evenwicht.

In atelier 4 wordt straks ingegaan op deze kernconcepten en op de checklist die beide proffen daarrond hebben ontwikkeld en die veel meer aandacht verdient. De oefening moet helpen om ex-ante kwaliteit en ethiek te koppelen aan efficiëntie, resultaten en duurzaamheid, in de plaats van een fondsenwervende communicatie ex-post te onderwerpen aan een subjectieve, soms aanvechtbare en moraliserende beoordeling. Om, met andere woorden, van ethiek een troef te maken in plaats van een belemmering.

Laten we terugkeren naar de financiële transparantie.

De filosofie van de Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving was vanaf het begin **“dat de schenker met kennis van zaken een gift moet kunnen doen aan een organisatie”**. Dit wil zeggen : kunnen beschikken over minimale maar essentiële informatie over de manier waarop een organisatie middelen verwerft en gebruikt. De VEF legt zelf geen normen of limieten op, bijvoorbeeld hoeveel eigen vermogen een organisatie mag opbouwen of hoeveel een mailing mag kosten.

“Dat zijn mooie principes maar hoe deze in de praktijk brengen ?”, vroegen onze leden.

En zo werd een **Recht op informatie** en de daarmee samenhangende **Informatieplicht** voor de leden uitgewerkt en toegevoegd aan het Huishoudelijk Reglement. Een aantal kerngetallen van de rekeningen moesten jaarlijks aan alle schenkers worden bezorgd, zonder dat deze daarom hoefden te vragen. Op welbepaalde bijkomende vragen moest de organisatie antwoorden of toelichtingen geven, maar transparantie was geen absoluut recht voor iedereen of voor alles. Tenslotte moesten alle leden elk jaar een dossier neerleggen bij de VEF, om te bewijzen dat zij hun transparantieplichtingen gerespecteerd hadden.

De Informatieplicht en de Synthesetabel waren ongetwijfeld stappen in de goede richting. **Tegelijk werd de ethische kwaliteit van fondsenwerving enigszins vernauwd tot financiële transparantie, met een focus op kosten (in plaats van bestedingen, ik kom daar seffens op terug) en op controle van een aantal formele regels.** Regels en controle op zich zijn geen probleem, wél als het zich daartoe beperkt. En hier is nog werk aan de winkel.

In de praktijk wordt niet of nauwelijks gebruik gemaakt van het Recht op informatie, bij ons zomin als in andere landen. Enerzijds kunnen we het ons als verenigingssector niet veroorloven om niet over transparantieregels te beschikken en ze na te leven, net zoals de bedrijven duurzaamheidsrapporten en bewijzen van ‘good governance’ moet produceren.

Anderzijds is het aantal medeburgers dat naar de labels kijkt, rapporten raadpleegt en effectief rekening houdt met de sterkten en zwakten van de verenigingen of bedrijven, bedroevend beperkt. Als er ooit kritiek komt, kunnen we er wel op wijzen dat de informatie beschikbaar was. Dat alles belet niet belet dat we beter kunnen doen.

Ik neem sinds vele jaren deel aan het vooronderzoek van gemiddeld een 20-tal dossiers van VEF-leden, teneinde eventuele probleemgevallen naar het Toezichtcomité door te verwijzen. Soms zijn er zeer aangename verrassingen, maar voor de meerderheid van de dossiers is er een echte speurtocht nodig op de website van de vereniging naar de pagina's rond financiële transparantie (kerngetallen, grafieken, toelichtingen). Alsof men schrik heeft dat de schenker die informatie zou vinden... Voor de gedrukte communicatie naar de schenkers is de waardering wat beter, vooral wanneer een jaarrapport wordt opgestuurd, maar dat doet niet iedereen.

Alle leden moeten het VEF-label gebruiken in hun communicatie rond fondsenwerving. Vele organisaties voorzien op hun website een klikbare link van het VEF-label naar... de VEF-website. **Zou het niet veel logischer zijn om vanop het VEF-label direct te kunnen doorklikken naar de eigen transparantiepagina van de organisatie ?** Als het VEF-label zelf tegelijkertijd een prominente plaats zou krijgen op de website - wat vaak ook te wensen overlaat -, **zou het er te beginnen op lijken dat de betrokken organisatie fier is op haar aanpak, niks te verbergen heeft, integendeel, voluit het vertrouwen van de schenker waard is.**

Wellicht moeten wij in dit perspectief een paar dingen bijsturen.

Om te beginnen, het label.

In 2016 werd een nieuw VEF-label ingevoerd, samen met een ‘aanbevolen vermelding’, die zeggen dat de betrokken organisatie de VEF-Code onderschreven heeft en dat de schenker een informatierecht heeft. Het VEF-label is vergelijkbaar met het Duitse en Oostenrijkse ‘Spendensiegel’ en met het Britse en Nederlandse keurmerk. Maar als je niet weet waar CBF, DZI of VEF voor staan, zeggen deze labels vrijwel niets. ‘Fundraising Regulator’ is duidelijker, maar niet echt aantrekkelijk.

Het Franse, Luxemburgse, Zwitserse en Italiaanse label lijken op mekaar. Zij zeggen waarover het gaat : deze organisatie verdient vertrouwen, je gift is in goede handen. Dit is een affirmatie van betrouwbaarheid, gecertificeerd nog wel, wat veel verder gaat dan de bewering dat een Code onderschreven werd.

Om zulk betrouwbaarheidslabel te durven uitreiken, moet de kwaliteit van de controle op de naleving van de Code onberispelijk zijn. Ik ga ervan uit dat de VEF dit kan waarmaken en pleit er dan ook voor om het VEF-label in deze geest te herwerken. Misschien volstaat een sterke baseline, gekoppeld aan de huidige visual met de euro-epsilon... Overigens zou dit er ook moeten toe

leiden dat de leden met meer enthousiasme en fierheid het VEF-label veelvuldiger, systematischer en prominenter in hun communicatie opnemen.

Ik wil niet uitsluiten dat dit leidt tot een identiteitsoefening, zelfs tot een naamsverandering van de VEF. Bijvoorbeeld : Beweging van Ethische Fondsenwerving – Mouvement de Récoltes de fonds Ethiques. Maar alles op zijn tijd.

Een tweede wenselijke aanpassing betreft de focus op kosten.

Inderdaad slaat de informatieplicht bijna uitsluitend op de manier waarop aan fondsenwerving gedaan wordt en wat dat kost. Dit, ondanks het feit dat sedert 1996 in de aanhef van de Ethische Code staat dat de ondertekenaars *"het noodzakelijk vinden de schenkers in te lichten over het maatschappelijk nut van hun acties en over de verdeling van de ingezamelde fondsen, in overeenstemming met wat aangekondigd was"*.

De verklaring voor deze incoherentie gaat terug tot de oprichting van de VEF (zoals gezegd : in een moraliserende, argwanende sfeer) en lijkt niet langer pertinent. **Integendeel : als we van ethiek, kwaliteit en transparantie drijvende krachten willen maken, zou meer aandacht moeten kunnen gaan naar hetgeen de vereniging heeft kunnen realiseren met de beschikbare middelen.** Zowel kwantitatief, in termen van bestedingen voor de verwezenlijking van het statutair doel, als kwalitatief, in termen van evaluatie van resultaten en impact. Ik stel jullie voor om in 2020 een denkproces te starten om deze heroriëntatie vorm te geven.

Parallel daaraan denk ik dat een paar details en subtotalen van fondsenwerving, niet langer moeten opgevraagd worden voor de Synthesetabel. Enkel het onderscheid tussen giften en legaten tegenover andere indirecte fondsenwerving lijkt nog relevant, ook omwille van de 30%-regel van de fiscus.

De laatste bedenkingen brengen mij tot **het narratief van de Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving**, dat ik als volgt zou verwoorden :

Ons uitgangspunt is de maatschappelijke meerwaarde van onze sector en de essentiële rol van verenigingen en stichtingen die werken voor het maatschappelijk belang.

Alvorens door te gaan op het narratief, wil ik even blijven staan bij de term 'maatschappelijk belang'.

België telt meer dan 100.000 verenigingen zonder winstoogmerk en enkele tientallen stichtingen van openbaar nut. De VZW en de SON zijn rechtspersonen die niet aan winstverdeling doen, maar die niet allemaal een beroep doen op de vrijgevigheid van de bevolking om hun statutaire doelstelling te realiseren.

Sedert de invoering van het Wetboek van Vennootschappen en Verenigingen in 2019, is het onderscheidend statuut van de Belgische not-for-profit-sector voor een deel opgegaan in het ruimer kader van (sociaal) ondernemerschap. Het Wetboek heeft goede kanten, maar als het gaat over vrijgevigheid en giften, vrijwilligerswerk, winst en subsidies, stoten we op een aantal grijze zones; er staan ons wellicht nog onaangename verrassingen te wachten, voortvloeiend uit de vervaging van specificiteiten.

Een meer onderscheidende benaming dringt zich dus op voor onze sector.

De term 'goede doelen' wordt vooral in de Vlaamse media vaak gebruikt. De term is makkelijk te begrijpen en vrij populair, en intussen ook in gebruik in het Frans. De Koning Boudewijnstichting heeft de naam overigens weerhouden voor haar filantropisch platform.

'Goede doelen' is echter een containerbegrip, zonder eenduidige definitie van wie of wat ertoe behoort of wat het precies dekt. Initiatieven van private burgers en van feitelijke verenigingen kunnen er ook onder vallen, vooral op lokaal niveau : het oudercomité van een school, een collecte voor een migrantenfamilie, een sportclub voor haar nieuw clubhuis, ...

Ook deze term lijkt dus niet echt opportuun.

Verenigingen en stichtingen die het maatschappelijk belang nastreven, die een maatschappelijke meerwaarde (beogen te) realiseren... Deze term is alles behalve 'sexy', maar wel pertinent en onderscheidend : "maatschappelijk belang" staat dicht bij 'openbaar nut' of 'algemeen belang' en kan betrekking hebben op een aantal domeinen : gezondheid, welzijn, ontwikkelingssamenwerking, humanitaire hulp, milieu, cultuur, mensenrechten, ... In vele gevallen is een overheid of openbare dienst verantwoordelijk of betrokken en kan er sprake zijn van een "aanvullende rol" voor private organisaties.

Niet toevallig zijn de erkenningscriteria voor instellingen die fiscale attesten voor giften mogen uitreiken, gebaseerd op een beperkt aantal actiedomeinen van maatschappelijk belang en op het principe van complementariteit tussen overheid en privaat initiatief. Het concept van de Algemeen Nut Beogende Instellingen (ANBI) in Nederland toont veel gelijkenissen.

Kortom : ik pleit ervoor om naar buiten te treden als "verenigingen en stichtingen voor het maatschappelijk belang, die beroep doen op de vrijgevigheid van de bevolking".

En dan het vervolg van het narratief van de VEF :

- De vrijgevigheid stimuleren is vitaal, want om hun doelstellingen zo onafhankelijk mogelijk te realiseren, hebben de verenigingen en stichtingen stabiele, duurzame en 'vrije' middelen nodig, geheel of deels vanuit de vrijgevigheid van de bevolking.
- Kwaliteitsvolle fondsenwerving, gebaseerd op ethische principes en transparantie, is de beste manier om het vertrouwen van de schenker te winnen en/of te versterken.
- De Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving is een ledenvereniging die de legitimiteit heeft verworven om rond deze thema's te werken en ze te verdedigen tegenover overheid en wetgever.

Na de bevraging van de leden vorig jaar en op basis van het narratief en ons uitgangspunt, werd eind 2020 door de Raad van bestuur een nieuw strategisch plan uitgewerkt voor de periode 2021-2023. Eén werkterrein moet meer aandacht krijgen : de kwalitatieve praktijk. Mijn bedenkingen van deze morgen gingen daar deels op in.

Seffens, in de workshops, willen we rond een aantal praktijken de oefening concreter maken, maar daar kom ik seffens op terug.

Tijdens de voorbije 25 jaar zijn professionele marketing, media en technologische innovatie, en meer recent social media en digitalisering doorheen het werkveld van de non-for-profit-communicatie komen fietsen... Sedert het begin van de XXIste eeuw kenden wij bovendien een uitbreiding van het werkveld en verenigingen hebben nieuwe vormen van fondsenwerving uitgeprobeerd : mecenaat, legaten, domiciliëring, straatrecruterings, internet, enz. Rond een aantal van deze nieuwe domeinen hebben wij als sector en als VEF actie ondernomen, rond andere niet.

Het lange termijnperspectief (duurzaamheid en kwaliteit) is onder druk gekomen van online interacties, snelle en directe resultaten, doorgedreven segmentering van doelgroepen en soms verregaande simplificatie... Ethische doelstellingen en regels worden soms beschouwd als een 'noodzakelijk kwaad' voor een moderne bedrijfsvoering, ook binnen de non-for-profitsector, met inbegrip van onze verenigingen en stichtingen van maatschappelijk belang.

Ik heb geprobeerd om aan te geven dat deze schijnbare lasten en beperkingen een troef kunnen zijn voor een succesvolle, stabiele en duurzame praktijk, en dat de Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving daarbij een ondersteunende partner kan zijn.

Good luck.

Ik nodig jullie uit op een 'pousse-café', een beetje vroeg op de dag en wat naast het thema van de inleiding op dit Congres, maar niet misplaatst denk ik.

In mei van het Coronajaar 2020 hebben wij onverhoopt een verhoging van de belastingvermindering voor giften bekomen. We zijn er evenwel niet in geslaagd om dit te laten hernieuwen in 2021, ondanks goede contacten met verschillende kabinetten, een draagvlak in de sector, steun van koepels en federaties, zelfs een aantal persartikels... Tijdens dezelfde periode moesten we vaststellen dat de FOD Financiën evenmin bereid was om een dialoog te openen over een aantal knelpuntdossiers rond giften en fondsenwerving... De VEF is niet de enige die niet altijd gehoord wordt en het gaat niet alleen over de federale overheid. Ik alludeer op de brutaliteit waarmee de Vlaamse regering het duolegaat heeft begraven, zonder noemenswaardig overleg met legitieme vertegenwoordigers van de sector noch openheid voor redelijke argumenten...

De Vereniging voor Ethiek in de Fondsenwerving kan zich beroepen op een zekere representativiteit en legitimiteit, maar dat blijkt niet altijd (meer) voldoende om gehoor te krijgen bij de overheid. En, zoals al gezegd, dat overkomt niet alleen de VEF.

Wij hebben het geluk dat ons Congres vertegenwoordigers heeft aangetrokken van meerder koepels, federaties en verenigingen uit het Middenveld en/of actief op het terrein van de oproepen tot vrijgevigheid van de bevolking, ten voordele van het maatschappelijk belang. Ik ga ze niet met name noemen, zodat alle deuren open blijven.

Bij deze nodig ik jullie uit om serieus na te denken over een krachtigere coalitie voor de verdediging van onze gemeenschappelijke belangen bij de federale of de regionale en lokale overheden. Kunnen we samen bouwen aan zoiets als een "Collectief Vrijgevigheid België", met minimale inzet van middelen en structuren, maar op basis van gezamenlijke objectieven en een aantal kwalitatieve/ethische criteria ?

Ik stel voor dat we deze middag, tijdens het buffet, hier informeel op doorgaan. Als blijkt dat er voldoende interesse is, kan de VEF later dit jaar een initiatief nemen om dit verder uit te diepen.