Récolte de fonds Ethique asbl
Ethische Fondsenwerving vzw

Code van de ethische fondsenwerving

VAN INSTELLINGEN, VERENIGINGEN EN STICHTINGEN VOOR HET MAATSCHAPPELIJK BELANG DIE EEN BEROEP DOEN OP DE VRIJGEVIGHEID VAN DE BEVOLKING

Gecoördineerde versie, goedgekeurd door de Algemene Vergadering van 26 maart 2026

Inhoud

1. **INLEIDING**
2. **DUURZAAMHEID VAN DE FONDSENWERVING**
3. **GOED BESTUUR**
4. **KWALITEIT VAN BEELDEN EN BOODSCHAPPEN**
5. **TRANSPARANTIE VAN DE REKENINGEN - HET RECHT OP INFORMATIE**

ADDENDUM 1 : CODE VAN DE INFORMATIEPLICHT VOOR DE LEDEN
ADDENDUM 2 : HANDVEST VOOR DIRECTE DIALOOG
ADDENDUM 3 : TOETSINGSLIJSTEN IVM. EIGENHEID EN VERSCHEIDENHEID VAN DE SCHENKERS

1. INLEIDING

De instellingen, verenigingen en stichtingen van maatschappelijk belang hechten een groot belang aan de vrijwillige steun van mensen die hun de mogelijkheid bieden hun maatschappelijk doel beter te verwezenlijken. Om een meer actieve en duurzame solidariteit te bevorderen, lijkt het hen noodzakelijk om:

- de vrijgevigheid van het publiek, waar ze op allerlei manieren een beroep op doen, aan te moedigen;
- 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;
- te waken over ethiek en transparantie in de verhoudingen tussen deze organisaties en hun dienstverleners;
- de regelgeving omtrent alle aspecten van de vrijgevigheid van het publiek te volgen;
- oog te hebben voor de verscheidenheid aan profielen van schenkers in een steeds veranderende maatschappij, en deze te respecteren.

Met het oog hierop hebben de ondergetekende instellingen, verenigingen en stichtingen voor het maatschappelijk belang een aantal fundamentele deontologische regels opgesteld, die gebundeld werden in deze Code. De verenigingen verbinden zich tot de naleving van deze regels volgens de hierna omschreven modaliteiten.

Respect voor de eigenheid en verscheidenheid van de schenkers

Met betrekking tot de relaties met de schenkers, gaat deze Code uit van de kernwoorden die naar voren komen uit de studie van de KU Leuven (2016) [1] en die eigenheid en verscheidenheid van de schenker beschrijven:

- **Vrijheid van keuze**: de schenker wil niet dat organisaties keuzes maken in hun plaats, maar wil zelf 100% rekenschap kunnen geven van diens eigen keuzes bij het schenken.
- **Waardigheid**: schenkers vinden het belangrijk dat de organisaties algemeen aanvaarde maatschappelijke normen en waarden respecteren, en die dus de waardigheid van de organisatie noch van de schenker noch van de begunstigden aantasten.
- **Authenticiteit:** non-for-profit organisaties en hun praktijken moeten betrouwbaar, geloofwaardig en (op)recht zijn *(Walk the talk)*
- **Lange termijnrelatie**: de schenker wil vanuit wederzijds respect en vertrouwen lange tijd met "zijn/haar" organisatie verbonden blijven. Acties die aansturen op impulsieve beslissingen of korte termijnresultaten zijn niet aanvaardbaar.
- **Doelgericht** : de schenker wil dat zijn/haar bijdrage effectief en efficiënt bijdraagt tot het gestelde doel.
- **Evenwicht**: de schenker wil zijn/haar bijdrage een volwaardige plaats geven in zijn/haar leven, en wil niet uitgedaagd worden om zijn/haar comfortzone te verlaten.

Vanuit de studie werden voor elk kernwoord toetsingslijsten opgesteld (zie Addendum 3).

De instellingen, verenigingen en stichtingen van maatschappelijk belang die deze Code onderschrijven, wensen deze toetsingslijsten te gebruiken in hun dagelijkse praktijk, met het oog op het verzekeren van een efficiënte, kwaliteitsvolle en duurzame fondsenwerving, in volle respect voor de schenkers.

2. DUURZAAMHEID EN KWALITEIT VAN DE FONDSENWERVING

De instellingen, verenigingen en stichtingen, die de Code ondertekenen,

2.1. verbinden zich ertoe:

- geen commerciële of winstbeogende initiatieven te dekken die in tegenstrijd zijn met hun maatschappelijk doel;
- geen band aan te gaan die als waarborg zou kunnen gebruikt worden door derden voor commerciële winstbeogende activiteiten;
- geen band aan te gaan die het belangeloze en zelfstandige beheer van de verenigingen in gevaar zou kunnen brengen.

2.2 in hun omgang met de dienstverleners of leveranciers ervoor te zorgen dat:

a. bij de bestelling van een dienst, een volwaardig contract wordt afgesloten en deze Code wordt gerespecteerd;
b. voor de uitvoering door derden van een fondswervingscampagne, voorafgaande bestekken worden geëist;

[1] Prof. Dr. Tine De Bock & Prof. Dr. Tine Faseur (KU Leuven), ***Onderzoek naar de visie van de Belgische schenkers over ethiek in fondsenwerving***, 2016, in opdracht van RE-EF, met de steun van de Koning Boudewijnstichting en de Nationale Loterij.

c. de inhoud van de gebruikte documenten voor de fondswerving wordt gecontroleerd door de opdrachtgever en de verantwoordelijkheid ervoor wordt aanvaard;
d. de dienstverleners enkel worden vergoed in de vorm van vooraf bepaalde budgetten en vergoedingen, met andere woorden :
   - dat de vergoedingen bepaald worden op basis van tijdsbesteding (uren, dagen of maanden) hetzij voor welomschreven opdrachten;
   - dat factureren in verhouding tot het bedrag van de ingezamelde fondsen, niet aanvaard wordt (met uitzondering van de diensten van banken en erkende PSP's);
   - dat kortingen kunnen voorzien worden indien de voorziene resultaten van een fondsenwerving niet gehaald worden.

2.3 desgevallend, het **Handvest voor Directe dialoog** (zie Addendum 2) te respecteren en systematisch toe te voegen aan de contracten die verband houden met deze methode van fondsenwerving;

2.4. de Europese regelgeving van 27 april 2016 in verband met de persoonsgegevens (GDPR) toe te passen en te respecteren.

3. GOED BESTUUR

A. Het deugdelijk bestuur in een organisatie berust op volgende uitgangspunten :

1. De doelstellingen van de organisatie en de activiteiten die eruit voortvloeien zijn duidelijk omschreven in de statuten en zijn gericht op maatschappelijke meerwaarde. Strategie en werking worden niet enkel bepaald door de statuten, maar ook door de beschrijving van missie en visie.
2. De organisatie legt op transparante en aangepaste wijze rekenschap af aan de belanghebbenden over de manier waarop zij haar doelstellingen nastreeft en bereikt of niet bereikt.
3. Het Bestuur is evenwichtig en gediversifieerd samengesteld en werkt collegiaal. De leden worden benoemd door de algemene vergadering van de vereniging, hetzij gecoöpteerd door het Bestuur van een stichting, op basis van engagement, competenties en profiel.
4. De bestuurders zijn integer en toegewijd en werken voor het maatschappelijk belang van de organisatie.

B. Goed bestuur omvat volgende rubrieken en aandachtspunten :

1. De bestuursorganen : Bestuur en Directie

- Het Bestuur van de vereniging zowel als van de stichting bestaat uit ten minste drie leden, zoveel mogelijk onafhankelijk van mekaar.
- Het aantal bestuurders bedraagt minder dan de helft van het aantal stemgerechtigde leden van de vereniging.
- De samenstelling van het Bestuur wordt op tijd en wijlen vernieuwd, maar met oog voor continuïteit.
- Bestuurders en uitvoerende leidinggevenden (de Directie) zijn op persoonlijk en functioneel niveau gescheiden; hun rol is verschillend maar complementair (dit geldt niet voor verenigingen of stichtingen zonder personeel).
- De uitvoerend leidinggevende wordt gekozen vanuit de doelstelling, visie en waarden van de organisatie en op basis van profiel, competentie, ervaring en engagement van de kandidaat.
- De hoogste uitvoerend leidinggevende wordt aangeworven met een arbeidscontract in loondienst, behoudens dwingende en tijdelijke redenen.

2. Aanwending van middelen, impact en transparantie

- De bestuursorganen van de organisatie verzekeren zich van de nodige medewerkers, instrumenten en hulpmiddelen om de acties gericht op het bereiken van het maatschappelijke impact zo doelmatig mogelijk te bedenken, plannen, financieren, uit te voeren en evalueren.
- Tegelijk doen de bestuursorganen het nodige om een stabiele en gezonde financiële situatie te verzekeren.

3. Risicobeheer en interne controle

- De bestuursorganen van de organisatie verzekeren zich ervan te beschikken over procedures en controles om de relevantie, effectiviteit en integriteit van het beheer van haar structuren te waarborgen.
- De organisatie beschikt over instrumenten en procedures voor een adequate inschatting van risico's en het beheer ervan, met betrekking tot goede faam, integriteit, financiële problemen, continuïteit,…

4. Evaluatie en verbetering van de doelmatigheid

- De bestuursorganen van de organisatie voorzien in een regelmatige evaluatie van hun eigen beleid en resultaten, teneinde deze te kunnen verbeteren.
- De bestuursorganen voorzien en organiseren evaluaties van de maatschappelijke meerwaarde van de acties die worden ondernomen, tenminste na afloop, tussentijds wanneer dit relevant lijkt.

5. Verloning

- De bestuursorganen verzekeren dat alle personeel binnen de organisatie kennis heeft van de gebruikte barema's en extralegale voordelen en, desgevallend, van de vergoeding voor prestaties van medewerkers in strategische en/of leidinggevende functies, die niet worden toegekend uit hoofde van een arbeidsovereenkomst in loondienst.
- De totale brutowaarde van loon en van extralegale voordelen van de hoogste uitvoerend leidinggevende, worden jaarlijks aan de leden van de Algemene Vergadering meegedeeld.

4. KWALITEIT VAN BEELDEN EN BOODSCHAPPEN

Communicatie en publiciteit die beroep doen op vrijgevigheid van het publiek

De communicatie van instellingen, verenigingen en stichtingen voor het maatschappelijk belang zit sterk in de lift. Tegelijk betrekken bedrijven vaak een goed doel bij de verkoop van hun producten of diensten (via tombola, sponsoring, marketing...).
Om misbruik te vermijden bij oproepen tot vrijgevigheid van het publiek en het publiek niet te misleiden, is het noodzakelijk dat de boodschappen de geadresseerden duidelijk inlichten, door vermelding van de naam van de vragende organisatie, het doel van de vraag en de aanwending van de fondsen, waarom verzocht wordt.

De instellingen, verenigingen en stichtingen, die deze Code ondertekend hebben, verbinden er zich in het algemeen toe :

- beroep te doen op de vrijgevigheid van het publiek, in overeenstemming met hun statuten en statutaire doelstelling;
- wanneer zij om financiële steun verzoeken, geen informatie te geven die ofwel foutieve verklaringen, aanduidingen of voorstellingen bevat ofwel de schenkers op een dwaalspoor zou kunnen brengen;
- de bestemming van de giften vanwege de schenkers te respecteren, in overeenstemming met de oproep die tot hen werd gericht ofwel de schenkers op de hoogte te brengen van een eventuele andere toewijzing in overeenstemming met het mandaat van de vereniging;

- niet meer vermogen aan te leggen dan vereist is voor een goed beheer;
- in hun communicaties, gedrukt en digitaal, de gegevens te vermelden die het mogelijk maken de vereniging duidelijk te identificeren.

Daarenboven verbinden de instellingen, verenigingen en stichtingen, die de Code ondertekend hebben, zich ertoe de volgende regels na te leven :

A. DE BOODSCHAPPEN

1. De boodschappen mogen geen enkele onjuistheid, dubbelzinnigheid, overdrijving enz. bevatten die het publiek zouden kunnen bedriegen met betrekking tot het reële doel van de vereniging, haar organisatie, modaliteiten en resultaten van de actie of over de aanwending van de fondsen, producten of diensten waarom verzocht wordt.

2. Boodschappen die een beroep doen op de publieke vrijgevigheid moeten de naam vermelden van de persoon, hetzij de benaming en het juridisch statuut van de vereniging die de oproep verspreidt of welke er de begunstigde van is.

3. Boodschappen die een beroep doen op de vrijgevigheid van het publiek voor een welbepaalde actie moeten duidelijk de bestemming van de ingezamelde fondsen aangeven, hetzij de manier waarop het publiek er kennis kan van nemen. In alle gevallen dienen de verantwoordelijken voor de oproep erover te waken dat de nodige documentatie beschikbaar is om op vragen naar informatie te antwoorden.

4. Ingeval publiciteit gemaakt wordt voor een tombola, moet zij de identiteit van de vereniging, alsook de datum van trekking of het verkregen toelatingsnummer vermelden, overeenkomstig het artikel 7 van de wet van 31 december 1851 op de Loterijen.

5. Elke boodschap die beroep doet op de vrijgevigheid van het publiek voor een project dat bepaald is in de tijd en/of in de ruimte, moet duidelijk de kenmerken en modaliteiten van de actie of het project aangeven.

6. Elke boodschap die, op de een of ander wijze, gebruik maakt van de resultaten van studies of statistieken, moet volgende mededelingen bevatten :
   - de informatiebronnen;
   - de datum/data waarop de studie werd gerealiseerd.

7. Letterlijke citaten of verwijzingen naar studies, die uit hun context gehaald zijn, mogen niet van hun oorspronkelijke betekenis worden afgeleid.

B. BOODSCHAPPEN MET BETREKKING TOT DE MENSELIJKE PERSOON

1. Wanneer een boodschap het publiek ertoe beweegt giften te doen, moeten de gepersonaliseerde boodschappen, die tot doel hebben een rechtstreekse band te scheppen tussen de personen die om hulp verzoeken en de toekomstige schenkers (bijvoorbeeld : een geschreven boodschap van een kind, een wanhoopsbrief die bij de boodschap wordt gevoegd enz.), zich beperken tot het precieze geval waarvoor de vereniging een dergelijke band heeft gecreëerd, behalve wanneer de boodschap duidelijk vermeldt dat het gaat om een fictief geval, al dan niet ontleend aan reële feiten.
2. De boodschap moet, zowel in tekst als illustraties, de menselijke waardigheid respecteren. Zij moet respectvol blijven met betrekking tot de begunstigden van de hulp. Het eventueel gebruik

van beelden van menselijk leed mag de schenkers niet kwetsen en moet zich beperken tot het illustreren van vastgestelde en controleerbare feiten.

3. Een boodschap mag niet verwijzen naar een persoon, noch zijn handtekening dragen noch haar voorstellen als waarborg of ondersteuning van de ernst van de organisatie, zonder het voorafgaand en uitdrukkelijk akkoord van deze persoon. Wanneer verwezen wordt naar een bekend persoon op een manier die door het publiek opgevat kan worden als een waarborg of ondersteuning, moeten de hoedanigheid van de persoon en zijn precieze band met de vereniging worden vermeld.
4. De boodschap mag geen enkele getuigenis, verklaring of aanbeveling weergeven of aanhalen die niet met de realiteit of met de ervaring van de betrokken persoon overeenstemt. Het gebruik van getuigenissen of aanbevelingen die verouderd zijn of die wegens andere redenen niet meer van toepassing zijn, is verboden.

C. VOORWERPEN DIE BIJ EEN MAILINGBRIEF GEVOEGD WORDEN

Indien een voorwerp, toegevoegd bij een mailing, aan de bestemmeling wordt aangeboden, moet duidelijk zijn dat de bestemmeling niet verplicht is het voorwerp te kopen noch terug te sturen, in overeenstemming met de wet van 6 april 2010 op de marktpraktijken en consumentenbescherming en het Wetboek van Economisch Recht, Boek XIV, art. 59 tot 70 m.b.t. oneerlijke beroepspraktijken tegenover de consument.

5. TRANSPARANTIE VAN DE REKENINGEN HET RECHT OP INFORMATIE

De schenkers, vrijwilligers en personeelsleden hebben een <u>informatierecht</u>.
De leden van RE-EF hebben een <u>informatieplicht</u>.
De precieze verplichtingen in het kader van de doorzichtigheid van de rekeningen, zijn gebundeld in een Code van de Informatieplicht, die als <u>Addendum 1</u> deel uitmaakt van deze Ethische Code.

<u>Principes</u>

De instellingen, verenigingen en stichtingen, die deze Code ondertekend hebben, verbinden zich ertoe :

1. om, zoals bepaald door de wet, een regelmatige boekhouding te voeren en jaarrekeningen op te stellen die een waar en getrouw beeld geven van de vermogenstoestand en de exploitatie van de organisatie;
2. deze rekeningen, boekhoudkundige documenten en samenvattende commentaar toegankelijk te maken,
   - hetzij door de publicatie ervan, materieel of digitaal op de website van de vereniging, in het tijdschrift van de vereniging, aan de hand van een brief,
   - hetzij door de schenkers uit te nodigen op een informatievergadering
   - of door elk ander geschikt middel.
3. deze documenten verstaanbaar te maken aan de hand van een duidelijke en beknopte commentaar over de oorsprong en de aanwending van hun middelen;

4. in geval van een schriftelijke klacht gericht aan RE-EF vzw, en indien de rekeningen niet jaarlijks ambtshalve door een officieel erkend expertboekhouder of door een bedrijfsrevisor wordt gecontroleerd, de toelating te verlenen aan een door RE-EF vzw aangestelde deskundige om inzage te hebben in alle boekhoudkundige stukken en de nauwgezetheid ervan na te gaan, en dit op kosten van de vereniging;

ADDENDUM 1 :

CODE VAN DE INFORMATIEPLICHT VOOR DE LEDEN VAN RE-EF

De Code van ethische fondsenwerving van RE-EF bepaalt dat schenkers, vrijwilligers en personeelsleden een informatierecht hebben.
Anders gezegd hebben de leden van RE-EF hebben een informatieplicht, volgens modaliteiten vastgelegd in het Intern Reglement.

Dit houdt in dat schenkers, vrijwilligers en personeelsleden **automatisch** ten laatste het boekjaar volgend op hun inbreng bepaalde informatieve documenten moeten ontvangen vanwege de gesteunde organisatie.

> **Automatisch** betekent dat de betrokkenen de informatie niet expliciet moeten aanvragen bij de betrokken organisatie, maar dat deze ze zelf moet ter beschikbaar stellen : via het tijdschrift, de website, een newsletter, brief of mailing, … **of ieder ander geschikt kanaal dat ter beschikking is van de betrokkenen en waarvan zij op de hoogte zijn of worden gebracht.**
>
> Leden van het RE-EF kunnen van deze informatieplicht t.a.v. hun leden, medewerkers, personeelsleden en schenkers ontslagen worden indien deze laatsten uitdrukkelijk te kennen geven dat ze de informatie niet wensen.

Het volstaat niet deze documenten enkel ter beschikking te stellen op de zetel of bij de griffie. Het Toezichtcomité kan desgevallend de gebruikte methode appreciëren.

<u>Algemene en specifieke verplichtingen ivm informatie van de rechthebbenden</u>
(enigszins verschillend naargelang de grootte van de vereniging)

Verplicht automatisch aangeboden documenten	**A. <u>Beknopte</u> balans en rekeningen, met toelichtingen** • balans of vereenvoudigde patrimoniumstaat van de laatste 3 jaren • resultatenrekening of staat van inkomsten en uitgaven van de laatste 3 jaren (bij voorkeur naar kostenplaats) **B. Fondsenwerving** • **Totaal <u>inkomsten</u> <u>directe</u> fondsenwerving**: giften + legaten • **Totaal <u>kosten</u> voor <u>directe</u> fondsenwerving** (die ondermeer omvatten : productie- en verzendkosten, kosten voor publiciteit, in relatie tot fondsenwerving, personeelskosten of kosten voor uitbesteding, verbonden aan deze activiteiten) • **Totaal <u>resultaat</u> <u>indirecte</u> fondsenwerving, saldo van inkomsten en uitgaven** (die ondermeer omvatten : lidgelden, sponsoring, verkoop (goederen en diensten), merchandising, evenementen, licenties, tombola) **C. Totaal subsidies** **D. Totaal personeelskosten** (met inbegrip van vrijwilligerswerk) **E. De loonspanning** (tussen hoogste en laagste brutoloon, met inbegrip van eventuele vergoedingen voor prestaties zonder arbeidscontract in loondienst) **F. Beknopt impactrapport en bestedingsratio :** het deel van totaal aan beschikbare middelen dat gebruikt kon worden voor de verwezenlijking van het maatschappelijk doel.
Op eenvoudig verzoek toegankelijke documenten	**G. Een jaarrekening** (2 digits, zoals formaat NBB**)**; **H. Een rapport** getekend door commissaris van de rekeningen betreffende: ▪ juistheid en getrouwheid van de rekeningen ▪ in het bijzonder betreffende de uitsplitsing van inkomsten en uitgaven van de fondsenwerving ▪ de verhouding van kosten voor algemeen beheer en kosten voor (directe) fondsenwerving **I. Een gedetailleerd en onderbouwd Impactrapport**.

Teneinde het respect van haar Informatieplicht aan te tonen, voorziet het lidmaatschap van RE-EF dat jaarlijks een kopie van bovenstaande documenten wordt neergelegd ter attentie van de voorzitter van RE-EF, uiterlijk op 30 september van het jaar na afsluiting van het boekjaar van de vereniging of stichting.

ADDENDUM 2 :

HANDVEST VOOR DIRECTE DIALOOG

Wij komen op voor waarden

Wij vormen een groep van verenigingen en stichtingen die sensibiliseringscampagnes opzetten in de openbare ruimte en die geïnteresseerden uitnodigen om toe te treden als lid, schenker of vrijwilliger. Daarvoor worden geregeld ambassadeurs opgeleid. Zij doorkruisen het hele land en spreken mensen aan, bij hen thuis aan de deur, op festivals en markten, in winkelstraten, supermarkten, stations…
Hun werk is essentieel, want het is vooral door de bijdrage en de giften van leden en sympathisanten dat wij onze doelstellingen van maatschappelijk belang kunnen waar maken.
Deze promotieacties hebben een impact, positief of negatief, op het beeld dat het publiek krijgt van de ganse sector van 'goede doelen'. Onze goede reputatie bewaren is onze gezamenlijke verantwoordelijkheid.

Onze verenigingen en/of hun leveranciers willen op een faire en loyale manier werken in een competitieve omgeving. Negatieve commentaar t.o.v. anderen wordt niet aanvaard, laat staan het verstoren van activiteiten van andere organisaties. Als ondertekenaars van dit Handvest zijn wij dan ook allen gebonden aan vooraf gemaakte onderlinge afspraken en een eerlijke verdeling van de wervingslocaties.
Onze acties worden meestal positief onthaald door het publiek en vaak gezien als de makkelijkste manier om in contact te komen met een organisatie.

Dit positieve imago willen wij koesteren door een aantal fundamentele deontologische regels te respecteren, gebundeld in dit Handvest.

Onze wervers zijn onze ambassadeurs

De wervers zijn onze ambassadeurs, en pleitbezorgers van het maatschappelijk belang waarvoor wij opkomen. Zij dragen bij tot onze naambekendheid en vertegenwoordigen onze waarden, onze reputatie en ons imago bij het publiek.
Een werver wordt zoveel mogelijk ingezet voor één en dezelfde organisatie, en alleszins voor een zeer beperkt aantal tijdens een bepaalde periode.
Onze ambassadeurs worden niet ingezet voor commerciële opdrachten of klanten.
Elke potentiële schenker is eerst en vooral een burger en geen klant. Wij besteden de grootste zorg aan opleiding en begeleiding, met het oog op een optimaal evenwicht tussen de kwaliteit van de sensibilisering en het resultaat van de werving. Alle nieuwe wervers volgen een vormingstraject, zowel in verband met de organisatie waarvoor ze werken als hun optreden in de openbare ruimte.
Dit Handvest maakt deel uit van het arbeidscontract.

Wervers zijn tenminste meerderjarig, worden doorgaans verloond en stellen zichzelf in dat geval nooit voor als vrijwilliger. Indien gevraagd bevestigt hij/zij betaald werk uit te voeren voor de organisatie, waarnaar hij/zij verwijst voor eventuele bijkomende vragen ivm. statuut en verloning.

De inning van de bijdragen volgens het overeengekomen mandaat, gebeurt uitsluitend en rechtstreeks via het rekeningnummer van de begunstigde organisatie en nooit via een werver, dienstenleverancier of andere tussenpersoon. In de regel worden eenmalige of cashgiften niet aanvaard.

Wij respecteren de mensen

Dit betekent dat wij **niet aanvaarden** van de wervers dat :

- **zij de doorgang belemmeren van mensen, die aangeven niet te willen stoppen; die keuze wordt beleefd en meteen gerespecteerd;**
- **zij een opdringerige en agressieve houding aannemen;**
- **zij aanbellen na 20 uur 's avonds noch op zondag en wettelijke feestdagen;**
- **zij leugenachtige argumenten gebruiken om mensen te overtuigen.**

Daarentegen **verwachten** wij van onze wervers dat :

- **zij zonder meer de beslissing respecteren van mensen die de uitleg gehoord hebben en niet willen steunen;**
- **zij zich correct kleden en gedragen;**
- **zij zich duidelijk identificeren met een goed zichtbare badge en logo op de kledij, zodat controle of klachten bij de organisatie altijd mogelijk is;**
- **zij conform de huidige wetgeving elke nieuwe schenker informeren over diens herroepingsrecht, zonder verantwoording, binnen de 14 dagen en het recht om het SDD-mandaat op gelijk welk moment te beëindigen;**
- **zij enkel engagementen aangaan met meerderjarigen die blijk geven van voldoende onderscheidingsbekwaamheid.**

Wij respecteren de omgeving

Wij overleggen op voorhand rond de planning van de wervingslocaties en verbinden er ons toe deze te doen respecteren en aldus te vermijden dat wervers van verschillende organisaties zich op hetzelfde moment op dezelfde plaats zouden bevinden of dat overdreven vaak bij mensen thuis worden aangebeld. Dit overleg heeft regelmatig plaats en betreft alle locaties, ongeacht de gebruikte DD-methode (straat, deur-aan-deur, winkels, evenementen). De organisaties kunnen zich laten vertegenwoordigen door hun leveranciers. RE-EF kan betrokken worden als observator of facilitator. Bij verandering van locatie moeten wijzigingen doorgegeven worden aan de andere partijen. Op de weg naar en van de geplande locatie, wordt niet geworven.
Indien op een locatie die aan een team was toegewezen, onvoorzien actie wordt gevoerd door een andere organisatie (al dan niet een RE-EF-lid), zal onmiddellijk overleg opgezet worden om de belangen van beide organisaties zo goed mogelijk te vrijwaren. **Aan plaatselijke legitieme initiatieven wordt voorrang gegeven. Niet-respect van de DD-planning en illegitieme acties kunnen via de DD-klachtenprocedure van RE-EF gemeld worden.**

Onze teams waken erover dat :

- de toegang tot handelszaken niet wordt geblokkeerd;
- de doorgang voor de etalages vrij blijft;
- nooit papier of afval wordt achtergelaten.

Wij respecteren de privacy

Wij verbinden er ons toe de Algemene Verordening Gegevensbescherming (GDPR) te respecteren, en eventuele specifieke Gedragscodes.

Wij verbinden er ons toe om waarheidsgetrouw de persoonsgegevens te noteren die nodig zijn om een geldig SDD-mandaat op te stellen, om deze niet te wijzigen na ondertekening en om onverwijld een kopie van het mandaat aan de nieuwe schenker te bezorgen.

In het bijzonder verbinden wij er ons toe om :

- de persoonsgegevens veilig te bewaren en de toegang voor te behouden tot daartoe bevoegde personen die borg staan voor absolute vertrouwelijkheid;
- de persoonsgegevens enkel te gebruiken voor het doel waarvoor zij werden verzameld, dwz. uitvoering en opvolging van een SDD-mandaat voor giften aan de betrokken organisatie en voor aflevering van fiscale attesten;
- nooit persoonsgegevens aan derden door te geven, te ruilen, verhuren af verkopen tenzij de betrokkene daar uitdrukkelijk en voorafgaandelijk mee heeft ingestemd.

Wij werken met respect voor de wet en de Code van ethische fondsenwerving

Dit behelst onder andere :

- de arbeidswetgeving;
- de regelgeving in verband met belastingen en premies;
- de regelgeving op collectes aan huis en op de openbare weg.

A. Met de wervers wordt op voorhand een waardig basisloon overeengekomen, dat het voornaamste deel uitmaakt van de totale verloning.
Goede wervers verdienen het om aangemoedigd te worden. Er kan een **prestatievergoeding** ('bonus') worden uitgekeerd, **niet hoger dan 25% van het brutoloon basisloon van de betrokken werkdag** (of de tegenwaarde van dat bedrag). Daarnaast kan een **premie** worden uitgekeerd voor de kwaliteit van het geleverde werk, **niet hoger dan 25% van het bruto basisloon uitbetaald voor de geëvalueerde periode**. Beide vergoedingen mogen gecombineerd worden.

B. In de relatie met de leveranciers van diensten verbinden wij er ons toe om :

- acties en verbanden te vermijden of verbieden die als borg kunnen gebruikt worden voor commerciële activiteiten van de leverancier en die het belangeloze en zelfstandig beheer van onze organisaties in het gedrang zou kunnen brengen;
- op voorhand offertes te eisen;
- voor elke bestelling van diensten een rechtsgeldig contract af te sluiten, waaraan dit Handvest is gehecht;
- dienstverleners enkel te vergoeden volgens vooraf gesloten overeenkomsten, met dien verstande dat :
  - de termen, voorwaarden en vergoedingen, tarieven en kostprijzen op voorhand schriftelijk worden vastgelegd;
  - facturatie [geheel of gedeeltelijk] in relatie tot het aantal geworven mandaten, toegelaten is;
  - variabele facturatie in relatie tot de hoogte van het geëngageerd bedrag, niet toegelaten is;
  - eventueel kortingen kunnen gegeven worden als de leverancier het voorziene aantal niet kan aanleveren.
- de verantwoordelijkheid te dragen en de controle te verzekeren over de inhoud van alle communicatie en documenten die in onze naam worden gebruikt;
- erover te waken dat elke leverancier zonder dubbelzinnigheid communiceert over zijn statuut, zodat er geen verwarring kan ontstaan rond hun eigen doelstellingen en de doelstellingen van de organisatie;
- te eisen van elke dienstverlener dat onze naam en ons beeldmerk nooit gebruikt worden zonder voorafgaande toestemming.

C. Alvorens wervers uitgestuurd worden, informeren wij ons over de **vereiste toelatingen** bij de bevoegde instanties. In de regel wordt een kopie van de toelating [eventueel digitaal] meegegeven aan de teamverantwoordelijke, zodat deze bij navraag kan getoond worden.

Vragen, meldingen en klachten in verband met het respect van dit Handvest

Wij hebben dit Handvest aanvaard om onze relatie met het publiek in het algemeen en met de donateurs in het bijzonder kwalitatief hoogstaand te houden. Wij vinden het belangrijk om misbruiken of afwijkingen te voorkomen.

Onze ondubbelzinnige verbintenissen in dit Handvest kunnen evenwel niet uitsluiten dat zich problemen voordoen. Vandaar dat wij aan burgers, overheden, wervers, organisaties en leveranciers de mogelijkheid bieden tot vragen, meldingen en klachten in verband met het respect van het Handvest,

1) in de eerste plaats direct bij de betrokken vereniging;

- Elke werver is herkenbaar aan een badge en het logo van de organisatie waarvoor hij/zij werkt, en moet, op eenvoudig verzoek, de contactgegevens van de organisatie meedelen.
- Elke vraag, melding of klacht wordt persoonlijk en vertrouwelijk behandeld. Indien mogelijk wordt het probleem dankzij bemiddeling opgelost, maar maatregelen of sancties zijn niet uitgesloten ingeval van overtreding van de regels.

2) en in alle geval langs de klachtenlijn van RE-EF

- **voor de bevolking in het algemeen: www.RE-EF.be**
- **voor wervers, organisaties en leveranciers : complaints@RE-EF.be**

- Elke melding of klacht wordt vertrouwelijk behandeld. Indien mogelijk wordt het probleem dankzij bemiddeling opgelost.
- Klachten worden behandeld volgens de regels van het Intern Regelement van RE-EF en kunnen aanleiding geven tot disciplinaire maatregelen en sancties.

ADDENDUM 3 :

TOETSINGSLIJSTEN IVM. EIGENHEID EN VERSCHEIDENHEID VAN DE SCHENKERS [2]

Keuzevrijheid

- Perken onze praktijken de keuzevrijheid van schenkers in?
- Komen onze praktijken vrijblijvend over op schenkers?
- Stellen we schenkers in staat hun eigen keuze te maken?
- Leggen of dringen we keuzes op aan schenkers?
- Pushen we donateurs om een keuze te maken?
- Geven onze praktijken schenkers mogelijks het gevoel zich verplicht te voelen om te doneren?
- Bieden we schenkers de vrijheid om neen te zeggen tegen doneren?
- Bieden we schenkers de vrijheid om niet geconfronteerd te worden met onze praktijken?
- Nemen wij als non-profitorganisatie de beslissing in plaats van de schenkers?
- Respecteren we de keuze van de donateur wanneer deze beslist niet te doneren?
- Geven we donateurs een slecht gevoel wanneer ze beslissen niet te doneren?
- Vellen we impliciet of expliciet een oordeel over schenkers als deze beslissen niet te doneren?
- Geven we schenkers het gevoel (mede)verantwoordelijk te zijn voor het oplossen van de door ons gesteunde problematiek?
- Leggen we in één of meerdere van de fasen van het fondsenweringsproces druk op de schouders van schenkers?
- Zorgen onze praktijken ervoor dat donateurs kunnen handelen volgens hun vrije keuze?
- Stellen we schenkers in staat op om een doordachte en bewuste manier keuzes te maken op vlak van doneren?

Waardigheid

- Tasten onze praktijken de waardigheid van onze organisatie aan?
  - Brengen onze praktijken maatschappelijke waarden en normen in het gedrang?
  - Stellen we ons op die manier op dat dit waardig is voor een non-profitorganisatie?
  - Dragen onze praktijken de voorbeeldfunctie die we hebben als non-profitorganisatie uit?
  - Behandelen we onze werknemers op een eerlijke, waardige manier?
- Tasten onze praktijken de waardigheid van de fondsenwerver aan?
  - Behandelen we onze fondsenwervers op een eerlijke, waardige manier?
  - Worden fondsenwervers gerespecteerd en op een waardige manier geëvalueerd voor hun inspanningen?
- Tasten onze praktijken de waardigheid van de donateur aan?
  - Laten onze praktijken schenkers in hun waarde?
  - Erkennen we als organisatie de betekenisvolle rol van donateurs?
  - Beschouwen we doneren als een vanzelfsprekendheid?
  - Leggen we de verantwoordelijkheid voor (het oplossen van) een probleem bij de donateur?
- Vellen we een oordeel over de keuze die de donateur (niet) maakt?
  - Geven we donateurs mogelijks het gevoel dat we hen als een nummer behandelen?
  - Geven we donateurs mogelijks het gevoel dat we vooral uit zijn op hun geldelijke bijdrage?
  - Hebben we respect voor de donateur onafhankelijk van de grootte van hun bijdrage?
  - Verwachten we dat een donateur verantwoording aflegt wanneer hij of zij beslist niet te doneren?
- Tasten onze praktijken de waardigheid van de hulpbehoevende aan?

[2] Prof. Dr. Tine De Bock & Prof. Dr. Tine Faseur (KU Leuven), ***Onderzoek naar de visie van de Belgische schenkers over ethiek in fondsenwerving***, 2016, in opdracht van RE-EF, met de steun van de Koning Boudewijnstichting en de Nationale Loterij.

- Geven we enigszins de indruk de hulpbehoevende als een product te behandelen?
- Raakt onze kijk op de hulpbehoevende de essentie van hun mens zijn aan?
- Wordt er niet gespot met religie?
- Wordt er niet gespot met bepaalde culturen?
- Weten de hulpbehoevenden die je afbeeldt in campagnes dat ze op die manier worden afgebeeld? Weet je zeker dat ze hier geen probleem mee (zouden) hebben?
- Krijgt de hulpbehoevende inspraak in de fondsenwervingspraktijken?

Authenticiteit

- Maken we op een consequente wijze aan de schenkers duidelijk waarvoor we staan?
- Zetten onze praktijken de inherente integriteit van onze organisatie op het spel?
- Maken we op een consequente wijze duidelijk welke waarden centraal staan in onze organisatie?
- Stralen onze fondsenwervingsactiviteiten onze waarden uit?
- Maken we onze visie op de wereld en de problematiek die we aanpakken op een consequente manier duidelijk?
- Dragen al onze praktijken ons verhaal uit?
- Zijn we een authentieke organisatie?
- Zijn we oprecht in onze praktijken?
- Zijn we geloofwaardig in onze praktijken?
- Stellen we ons verhaal eerder dan onze organisatie op de voorgrond?
- Tonen we de gesteunde problematiek op een realistische manier? Niet te simpel, te clichématig, te zwart-wit, maar zoals ze echt is?
- Verloochenen onze praktijken het doel van onze organisatie?
- Doen we werkelijk wat we zeggen?
- Zijn onze praktijken eerlijk?
- Zijn onze praktijken betrouwbaar?
- Zijn onze praktijken gericht op het ondersteunen van ons centrale doel?
- Zijn onze campagnes in staat om donateurs te inspireren zonder hen met een negatief gevoel achter te laten?
- Werken we samen met mensen die ons verhaal echt een warm hart toedragen?

Langetermijnrelatie

- Zijn onze activiteiten gericht op het opbouwen van een lange termijnrelatie met de schenker?
- Zetten onze praktijken aan tot impulsieve beslissingen bij schenkers?
- Zijn onze praktijken gericht op korte termijnresultaten?
- Onderhouden we voldoende wisselwerking met schenkers?
- Communiceren we op een voldoende interactieve manier met schenkers?
- Luisteren we naar schenkers?
- Respecteren we de waarden, normen en beslissingen van schenkers?
- Heerst er wederzijds vertrouwen tussen ons en de schenkers?
- Betrekken we schenkers in onze organisatie?
- Geven we schenkers de mogelijkheid een betekenisvolle (passieve of actieve) rol uit te oefenen in de werking van onze organisatie?
- Werken we samen met mensen die zich op lange termijn aan onze organisatie willen binden?

Doelgerichtheid

- Zijn onze praktijken effectief in het realiseren van het doel van onze organisatie?
- Zijn onze praktijken efficiënt in het realiseren van het doel van onze organisatie?
- Zouden we met andere praktijken op een meer effectieve of efficiënte manier dezelfde doelen kunnen bereiken?
- Dragen onze praktijken in voldoende mate bij tot het behalen van het doel van onze organisatie?

- Creëren onze praktijken voldoende de perceptie bij donateurs dat het te behalen doel haalbaar is (en dus geen verloren zaak)?
- Zijn de oplossingen die we voordragen voor het oplossen van de problematiek structureel eerder dan tijdelijk?
- Stellen we realistische doelstellingen?
- Draagt elke donatie bij tot een werkelijke verandering van de problematiek?
- Geven we voldoende weer aan donateurs wat hun bijdrage kan zijn in het realiseren van het doel van de organisatie?
- Geven we donateurs voldoende informatie over hoe hun fondsen bijgedragen hebben in het realiseren van het doel van onze organisatie?
- Behalen we met onze praktijken een groot bereik?
- Gaat een aanvaardbaar percentage van de verzamelde fondsen werkelijk naar het oplossen van de problematiek?

Evenwicht

- Halen onze praktijken schenkers uit hun comfortzone?
- Schenden onze praktijken het vertrouwen dat schenkers hebben in onze organisatie?
- Zorgen we ervoor dat het donatiegedrag van schenkers steeds onder controle is?
- Bieden onze praktijken zekerheid aan schenkers?
- Brengen we het gevaar niet te dichtbij waardoor de donateurs zich onveilig kunnen voelen?
- Stellen we donateurs in staat om hun donatiegedrag evenwichtig aan te passen aan hun vermogen?
- Maken we geen misbruik van zwakkere doelgroepen of van de goede bedoelingen van mensen?
- Worden donateurs niet te frequent aangesproken om te doneren of om hun donatiegedrag op te drijven?
- Zijn we een betrouwbare partner voor onze donateur?
- Doorbreken we met onze praktijken niet teveel de vertrouwde leefwereld van donateurs?
- Dringen we niet teveel in de privésfeer van onze donateurs?
- Hebben donateurs de kans om de confrontatie met wrede beelden niet aan te gaan?
- Geven we voldoende informatie aan de donateur over hoe we de problematiek onder controle (trachten te) houden?

19-10-2023