

## 2011Z01072

Vragen van het lid **Dijkhoff** (VVD) aan de staatssecretaris van Buitenlandse Zaken over *de online campagne van Cordaid voor Zuid-Soedan* (ingezonden 21 januari 2011).

### Vraag 1

Heeft u kennisgenomen van de online fondsenwervingscampagne van Cordaid voor de vluchtelingen in Zuid-Soedan, waarbij Cordaid mensen oproept de grafische reclame-uiting van de campagne op hun website te plaatsen, in ruil waarvoor de websitebeheerder, die de reclame-uiting op zijn website plaatst, het merendeel van het gedoneerde geld ontvangt?<sup>1</sup>

### Vraag 2

Bent u bekend met de wijze waarop deze campagne wordt gefinancierd? In hoeverre wordt subsidiegeld gebruikt voor deze campagne?

### Vraag 3

Moet worden geconstateerd dat waarschijnlijk het overgrote deel van de opbrengst van deze actie gaat naar de personen die de betreffende reclame-uiting op hun website zetten en een kleiner deel naar een door Cordaid ingeschakeld reclamebureau?

### Vraag 4

Deelt u de mening dat door deze opzet slechts een klein percentage van het binnenkomende geld bij de vluchtelingen in Soedan terechtkomt en dat deze regeling strijdig is met het uitgangspunt (o.a. vanuit het Centraal Bureau Fondsenwerving (CBF)-keurmerk) dat hooguit 25 procent van het geld dat voor dergelijke goede doelen wordt binnengehaald, op mag gaan aan administratie, reclame e.d.? Welke consequenties zijn verbonden aan het niet naleven van de genoemde 25 procentnorm?

### Vraag 5

Deelt u de mening dat dergelijke «klikacties» met relatief kleine donatiebedragen, bijvoorbeeld 6 euro, waarbij de kosten hoger kunnen zijn dan het gedoneerde bedrag, geen gepast middel zijn om geld op te halen voor goede doelen?

<sup>1</sup> PowNews, 18 januari 2011.

Vraag 6

Deelt u de mening dat Cordaid, als «goed doel», haar naam niet dient te verbinden met een dergelijke hoog risico op verlies gevende actie en dat er geen gebruik gemaakt dient te worden van het door de overheid verkregen budget om dergelijke verliezen te dekken?