



## Liefdadigheid

Verschenen in de *Automatisering Gids* van 24 augustus 2007

Een charitatieve instelling is voor haar inkomsten sterk afhankelijk van reacties op direct mailings. Het beheer van het adressenbestand kostte veel tijd en liep eigenlijk altijd achter, zodat er veel post niet op het juiste adres kwam. Om het adressenbestand beter bij te kunnen houden, kocht de instelling een softwarepakket, maar de resultaten daarvan waren ronduit teleurstellend. De software bleef problemen geven en de mailings met acceptgiro's voor donaties, gingen niet of vertraagd de deur uit. Daardoor liep de instelling donaties mis en kwam geld te laat binnen. De schade was, na bijna een jaar, opgelopen tot enkele miljoenen euro's. Een rechtszaak zou veel te lang duren, dus werd er een poging gedaan het geschil door mediation op te lossen. Bij het eerste gesprek van partijen met de mediators bleek direct dat de leverancier van het softwarepakket de opdracht had onderschat. Zijn bedrijf was eigenlijk ook geen softwarehuis, maar een bedrijf met jarenlange ervaring met het drukken, inpakken en verzenden van direct mailings. Voor eigen gebruik was zelf software ontwikkeld, waarvan men dacht dat die ook voor anderen geschikt zou zijn. Op basis van die inschatting werd het pakket verkocht aan de charitatieve instelling. De verkoper had echter niet het personeel en de deskundigheid om de software aan te passen voor de charitatieve instelling. En dat bleek wel hard nodig.

Om de zaak uit de publiciteit te houden, besloten het bestuur van de liefdadigheidsinstelling en haar softwareleverancier om de SGOA om hulp te vragen. Het goede doel wilde niet dat bekend zou worden dat er een aanzienlijk bedrag was uitgegeven aan een niet werkend computerprogramma en al helemaal niet, dat de inkomsten substantieel waren gedaald. Bovendien hechtten beide partijen aan het in stand houden van de relatie.

De mediators van de SGOA, een ICT-jurist en een automatiseringsdeskundige, lieten partijen hun verhaal doen en stoom afblazen. Ook nadat de emoties wat getemperd waren, bleken er weinig mogelijkheden te zijn om het softwareproject voort te zetten. Beide partijen hoopten aanvankelijk het project alsnog af te kunnen ronden. Ze hadden er beide zwaar in geïnvesteerd en het afschrijven van die investering zou verantwoord moeten worden. Dat ligt natuurlijk gevoelig voor een charitatieve instelling, maar ook de directeur van het mailingbedrijf zou meer uit moeten leggen aan zijn aandeelhouders dan hem lief was. De basis, het door het mailingbedrijf in eigen beheer ontwikkelde programma, was echter onvoldoende om (alsnog) uitzicht te bieden op een bevredigende oplossing van de softwareproblemen. Er moest gewoon andere software aangeschaft worden.

In de mediation werd naarstig gezocht naar een oplossing waarmee kon worden voorkomen dat er reputaties ter discussie gesteld zouden worden. De oplossing bleek uiteindelijk betrekkelijk simpel. Het mailingbedrijf werd sponsor van de liefdadigheidsinstelling en schenkt jaarlijks een behoorlijk bedrag. Het bestuur van de charitatieve instelling krijgt zo op (de lange) termijn de schade vergoed en het mailingbedrijf kan de uitgave verdedigen met het argument dat zij met deze sponsoring de relatie met de instelling, inmiddels een goede klant, in stand kan houden. Op haar beurt belooft de charitatieve stichting zoveel mogelijk mailings uit te zullen besteden aan deze loyale sponsor en ziet zij af van het weer in eigen hand nemen daarvan. Zo liep het avontuur nog relatief goed af.

Ben Slijk