

DZI Spenden-Tipps

Haustür-/Straßenwerbung

Provisionszahlungen

Verunsicherung und Verärgerung löst in der Bevölkerung seit vielen Jahren die Werbung an der Haustür sowie auf öffentlichen Straßen und Plätzen aus. Bei den Werbenden handelt es sich meist um Profis, die abhängig von der Zahl der erzielten Vertragsabschlüsse entlohnt werden. Beworben werden unter anderem Zeitschriftenabonnements, Versicherungsverträge und eben auch Fördermitgliedschaften in gemeinnützigen Organisationen.

„Drückerwerbung“

Da die Werbegespräche wegen dieser Entlohnungsform in den meisten Fällen sehr ergebnisorientiert geführt und deshalb von den angesprochenen Menschen oft als bedrängend empfunden werden, werden die Werberinnen und Werber häufig auch als „Drücker“ bezeichnet.

Kein gesetzliches Rücktrittsrecht

Die durch persönliche Werbegespräche abgeschlossenen Fördermitgliedschaften in gemeinnützigen Organisationen sind in der Regel nicht durch das Haustürwiderrufgesetz abgedeckt. Es besteht in diesen Fällen nicht das gesetzliche Recht, innerhalb einer Woche von der Verpflichtung zurückzutreten.

Seriöse Haustür-/Straßenwerbung

Mit dem DZI Spenden-Siegel ist erfolgsabhängig vergütete Werbung in aller Regel nicht vereinbar. Diese Bewertung ändert sich nur, wenn die Werbung zurückhaltend und sachlich betrieben wird und besondere in den Spenden-Siegel-Leitlinien festgelegte Ausnahmebedingungen erfüllt. Diese sehen unter anderem ein mindestens zweiwöchiges Rücktrittsrecht vor, und dass der Werberausweis und das zu unterschreibende Aufnahmeformular über die Provisionszahlungen informieren müssen.

Bei Zweifel: keine Unterschrift

Auch wenn die Haustür- oder Straßenwerbung die strengen Sonderbedingungen des DZI erfüllt, bleibt es für die entsprechenden seriösen Organisationen schwer, sich von den zahlreichen „schwarzen Schafen“ bei dieser Werbemethode erkennbar abzugrenzen. Im Zweifel sollten Sie auf eine sofortige Unterschrift verzichten, sich informieren und die Beitrittserklärung erst nach Klärung Ihrer Bedenken per Post übermitteln oder die Werbenden bitten, zu einem späteren Zeitpunkt noch einmal wiederzukommen.

Schriftliches Informationsmaterial

Reagieren die Werbenden ausweichend oder ablehnend auf die Bitte nach ergänzender schriftlicher Information, so ist dies fast ein sicheres Zeichen für Unseriosität.

Bitte DZI informieren

Bitte informieren Sie das DZI über Ihre persönlichen Erfahrungen mit Haustür- und Straßenwerbung von Spendenorganisationen (DZI, Bernadottestraße 94, 14195 Berlin, sozialinfo@dzi.de). Für das DZI sind derartige Schilderungen über mündlich betriebene Spenden- und Mitgliederwerbung eine unersetzliche Informationsquelle.

