

DZI Spenden-Tipps

Haustür-/Straßenwerbung

Provisionszahlungen

Verunsicherung und Verärgerung löst in der Bevölkerung seit vielen Jahren häufig Werbung an der Haustür sowie auf öffentlichen Straßen und Plätzen aus. Bei den Werbenden handelt es sich meist um Profis, die ganz oder teilweise 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 von den angesprochenen Menschen oft als bedrängend empfunden werden, werden die Werberinnen und Werber im negativen Zusammenhang auch als „Drücker“ bezeichnet.

Eingeschränktes Rücktrittsrecht

Inwieweit Fördermitgliedschaften in gemeinnützigen Organisationen, die im Rahmen persönlicher Werbegespräche abgeschlossen werden, nach dem Widerrufsrecht bei Haustürgeschäften (§§ 312, 355 BGB) widerrufen werden können, hängt vom jeweiligen Einzelfall ab. Unter das Widerrufsrecht fallen insbesondere Mitgliedschaften in Vereinen, die ihren Mitgliedern einen Zugang zu bestimmten Leistungen vermitteln (z.B. Automobilclubs). Darüber hinaus kann ein Widerrufsrecht gegeben sein, wenn die Organisation sich gewerblicher Spendensammler bedient. Vermittelt der Verein seinen Mitgliedern keinen Anspruch auf individuelle Leistungen, dürfte einem Neumitglied, das im Rahmen eines persönlichen Werbegesprächs geworben worden ist, kein Widerrufsrecht zustehen.

Seriöse Haustür-/Straßenwerbung

Mit dem DZI Spenden-Siegel ist erfolgsabhängig vergütete Werbung nur dann vereinbar, wenn die Werbung zurückhaltend und sachlich betrieben wird und besondere in den Spenden-Siegel-Leitlinien festgelegte Bedingungen erfüllt. Diese sehen unter anderem ein jederzeitiges Kündigungsrecht vor, und dass der Werberausweis wie auch das zu unterschreibende Aufnahmeformular über die Provisionen informieren müssen.

Bei Zweifel: keine Unterschrift

Auch wenn die Haustür- oder Straßenwerbung die strengen Bedingungen des DZI erfüllt, bleibt es für seriöse 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. Reagieren die Werbenden ausweichend oder ablehnend auf die Bitte nach ergänzender schriftlicher Information, so ist dies fast ein sicheres Zeichen für Unseriosität.

Schriftliches Informationsmaterial

Bitte DZI informieren

Bitte informieren Sie das DZI über Ihre persönlichen Erfahrungen mit Haustür- und Straßenwerbung von Spendenorganisationen. Für das DZI sind derartige Schilderungen eine unersetzliche Informationsquelle.