

PRESSEMITTEILUNG

Door-to-Door Fundraising überzeugt mit hoher Qualität

Die Qualitätsinitiative Straßen- und Haustürwerbung e.V. (QISH) hat erfolgreich in einer umfangreichen Mystery Shopping-Aktion die Qualität ihrer Mitglieder im Door-to-Door Fundraising überprüft. Die Untersuchung erstreckte sich im Oktober über neun Städte in Bayern und Nordrhein-Westfalen und konzentrierte sich auf zwei Mitglieder der QISH, den Agenturen „Kober“ und „Activate“.

Das Hauptziel des Mystery Shoppings war die objektive Messung der Qualität und die Überprüfung, ob die Promoterinnen und Promoter ein vorbildliches Verhalten an den Tag legen. Die Durchführung erfolgte mittels einer teilnehmenden, offenen und systematischen Beobachtung, um sicherzustellen, dass die Qualitätsstandards der QISH bei ihren Mitgliedern im Door-to-Door Fundraising eingehalten werden.

Die Basis für diese gründliche Überprüfung bildete eine Anzahl von 34 Einzelbeobachtungen der Promoterinnen und Promoter, die über 36 Stunden erfolgte. Die Beobachtungen konzentrierten sich auf ihre Sprache, ihre Ausdrucksweise, ihre Kleidung, ihre Aussagen und ihren Umgang mit sensiblen Daten.

Das Fazit des Mystery Shoppings lautet: Die Promoterinnen und Promoter haben sich vorbildlich an die Qualitätsstandards der QISH gehalten. Die Gespräche wurden dabei professionell, strukturiert, ehrlich und transparent geführt.

Die angesprochenen Bewohnerinnen und Bewohner fühlten sich nicht belästigt, sondern respektvoll behandelt. Sie wurden ausführlich über die Arbeit der zu bewerbenden gemeinnützigen Organisation und die Möglichkeiten, sie zu unterstützen, informiert. Sie erhielten keine falschen oder irreführenden Angaben.

Als äußerst korrekt kann das Verhalten der Promoterinnen und Promoter bei der Erläuterung der Spendenabwicklung bezeichnet werden. Es wurden keine Verstöße mit dem Umgang der Daten festgestellt.

Die Ergebnisse zeigen klar und deutlich, dass die Promoterinnen und Promoter die potenziellen Spenderinnen und Spender professionell, ehrlich und transparent informierten und somit die Qualitätsstandards der QISH einhielten.

Neben der Beobachtung der Gespräche führte das Mystery-Shopping Team auch Interviews mit den Promoterinnen und Promotern selbst durch. Dabei stellte sich heraus, dass sie sehr zufrieden mit ihrer Ausbildung, ihrer Bezahlung und ihrer Betreuung durch die Agenturen sind. Die Agenturen bieten bei Bedarf sogar psychologische Hilfe an. Die Unterkünfte für die Promoterinnen und Promotern waren von einem guten Standard, zentral gelegen, sauber und gepflegt, und groß genug für die Teams.

Die QISH ist eine Vereinigung von Agenturen, Nicht-Regierungsorganisationen, wohltätigen Organisationen und gemeinnützigen Körperschaften, die in der Straßen- und Haustürwerbung tätig sind. Sie setzt sich für hohe Qualitätsstandards und einen fairen Umgang mit den Spenderinnen und Spendern ein.

Die Mystery Shopping-Aktionen der QISH sind ein wichtiger Bestandteil ihrer Qualitätskontrolle und werden im öffentlichen Raum und vor Haustüren regelmäßig durchgeführt, um den geforderten Qualitätsstandards zum Wohl aller Beteiligten zu gewährleisten.

Das hohe Engagement und die Professionalität der QISH-Mitgliedorganisationen spiegelt das Resultat wider und unterstreichen die Bedeutung der entwickelten QISH-Qualitätsstandards und -richtlinien für eine seriöse, transparente und effektive Spendengewinnung.

Für weitere Informationen über die QISH und ihre Mitglieder besuchen Sie bitte die Website www.qish.de

Berlin 9. 11. 2023

Presse- & Öffentlichkeitsarbeit – **QISH**

Wolfgang Altmüller

E-Mail: wolfgangaltmueller@qish.de

www.qish.de