

Presseinformation

2. März 2020

bvdm kämpft für Freiheit der Werbung

Ein Verein geht mit irreführenden Informationen gegen Print an. Die Druck- und Medienverbände wehren sich.

Der Letzte Werbung e.V. fordert mit einer Petition an den Bundestag, dass nicht adressierte Werbepost nur noch an Briefkästen verteilt werden darf, die statt des Aufklebers „Bitte keine Werbung“ einen Aufkleber „Werbung erwünscht“ tragen. Diese Umstellung soll die Menge an gedruckter Werbung einschränken – der Umwelt zuliebe. Aber die Zahlen, Sachverhalte und Behauptungen, die der Verein anführt, sind fehlerhaft und verzerren die Tatsachen.

Der Bundesverband Druck und Medien (bvdm) hat daher gemeinsam mit dem Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) und mit weiteren Verbänden das Bundesumweltministerium, das Bundeswirtschaftsministerium, das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz sowie den Petitionsausschuss kontaktiert, die Unzulänglichkeiten in der Petition dargelegt und die negativen Konsequenzen der eingeschränkten Briefkastenwerbung für Wirtschaft, Gesellschaft und Unternehmen aufgezeigt. Auf Landesebene informieren die Landesverbände Druck und Medien ihre Landesregierungen sowie die lokale Politik.

So korrigieren die Verbände die Aussage der Petition, dass die absolute Mehrheit der Bevölkerung Werbepost im Briefkasten ablehne. In Wirklichkeit tragen lediglich 26,7 Prozent der Briefkästen einen „Bitte keine Werbung“-Aufkleber, 73,3 Prozent der Haushalte heißen Werbung also willkommen.

Weiter heißt es in der Petition, dass für das Papier für die jährlich verteilte Werbepost 1,8 Millionen Bäume gefällt werden müssten. Tatsächlich jedoch ist Stammholz von ausgewachsenen Bäumen viel zu wertvoll für die Papierherstellung. Deshalb nutzt die Papierindustrie überwiegend Sägewerksabfälle und Durchforstungsholz aus nachhaltig bewirtschafteten

Berlin, 2. März 2020

**Bundesverband
Druck und Medien e.V.**
Friedrichstraße 194-199
D-10117 Berlin

Bettina Knappe
Leitung Öffentlichkeitsarbeit

T +49 (0) 30.20 91 39-171
F +49 (0) 30.20 91 39-113
bk@bvdm-online.de

www.bvdm-online.de

Unser Zeichen
bk/jt

Wäldern! Und: Werbepost besteht zu großen Teilen aus recyceltem Papier.

Die Petition gibt ferner an, Werbepost sei in Plastik verpackt, eine Milliarde Tüten müssten jedes Jahr separat entsorgt werden. Auch das stimmt so nicht. Außer „Einkauf aktuell“ ist kaum eine Werbepost foliert. Dessen Folie ist aber explizit so perforiert, dass sie sich während des Recyclings vom Papier trennt und ebenfalls fachgerecht recycelt wird.

Die Werbepost schaffe ein enormes Müllproblem, wird in der Petition behauptet. Auch das ist nicht richtig. Altpapier ist eine nachgefragte Ressource, unter anderem für Printmedien, Literatur, Hygieneartikel, Verpackungen und den Handel. „Seit 25 Jahren sorgt die AGRAPA (Arbeitsgemeinschaft Graphische Papiere), in der auch der bvdm aktiv ist, für eine gut funktionierende Entsorgung von Papier und Pappen mit einer Recyclingquote von rund 80 Prozent“, unterstreicht Dr. Paul Albert Deimel, Hauptgeschäftsführer des bvdm das Engagement der Branche. Damit ist Deutschland internationaler Spitzenreiter.

Das derzeitige System der Briefkastenwerbung hat sich in Deutschland bewährt. Ein Aufkleber, auch handgeschrieben, reicht, um nicht adressierte Werbepost abzulehnen. Eine Umstellung – und damit das Verbot jeglicher nicht adressierten Werbe- und Informationsschreiben in Briefkästen ohne „Werbung erwünscht“-Aufkleber hätte gravierende Folgen: Wenn regionale und lokale Geschäfte, Parteien, Sport- und Kulturvereine, Kiez- und Nachbarschaftsorganisationen, Kirchen und NGOs nicht mehr frei für sich werben oder über ihre Aktivitäten informieren dürfen, gefährdet das ihre Existenz.

Die Folgen einer Erosion von lokalen Geschäften, Dienstleistern und nachbarschaftlichen Organisationen sind bekannt: Arbeitsplatzverluste vor Ort, Einbußen von Steuereinnahmen, die Zunahme motorisierter Mobilität in ÖPNV-schwachen Regionen, Benachteiligung wenig mobiler Menschen, Entstehung von Schlafdörfern/-Bezirken statt lebhaft durchmischter Arbeits- und Freizeitquartiere.

Zudem würden durch Auftragsrückgang für Druckereien Arbeitsplätze entlang der gesamten Wertschöpfungskette Print bis hin zum Zusteller gefährdet.

Mehr als 50 Prozent der Nettowerbeinnahmen in Deutschland bündeln sich in Print. Der bvdm sowie die Landesverbände werden sich daher auch weiterhin auf allen Ebenen gegen jegliche Maßnahmen wehren, die die freie Werbung und damit auch die Druckindustrie bedrohen. (bvdm)

Über den bvdm

Der Bundesverband Druck und Medien e. V. (bvdm) ist der Spitzenverband der deutschen Druckindustrie. Als Arbeitgeberverband, politischer Wirtschaftsverband und technischer Fachverband vertritt er die Positionen und Ziele der Druckindustrie gegenüber Politik, Verwaltung, Gewerkschaften und der Zulieferindustrie. Getragen wird der bvdm von acht regionalen Verbänden. International ist er über seine Mitgliedschaft bei Intergraf und FESPA organisiert. Zur Druckindustrie gehören aktuell rund 7.700 überwiegend kleine und mittelständische Betriebe mit etwa 130.000 Beschäftigten.