



## Eine Initiative der Druck- und Medienverbände

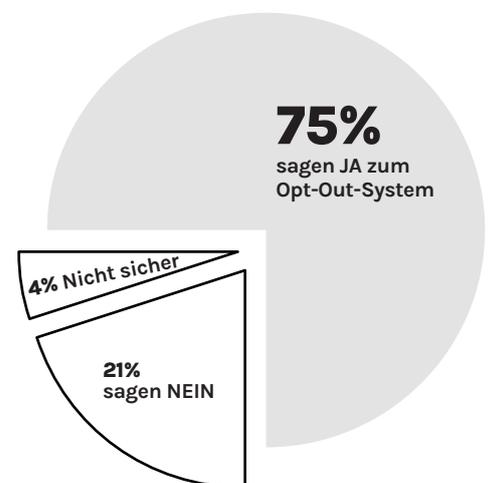
zum Erhalt des Opt-Out-Systems für  
Werbe- und Informationspost.

### Unser Anliegen

Mit unserer Initiative setzen wir uns dafür ein, dass Verbraucherinnen und Verbraucher weiterhin selbst darüber entscheiden, ob sie nicht-adressierte Werbe- und Informationspost erhalten – vom Flyer der Pizzeria oder dem Supermarkt bis zum Informationsblatt der Freiwilligen Feuerwehr. Mit dem bewährten Opt-Out-System erhalten alle Haushalte diese Informationen – es sei denn, sie bringen einen „Bitte keine Werbung“-Aufkleber am Briefkasten an. Eine Opt-In-Regelung würde diese Systematik umkehren. Der Staat würde der Werbe- und Informationspost einen Riegel vorschieben, Verbraucherinnen und Verbraucher müssten sie ausdrücklich einfordern.

Ein Informationsverlust wäre die Folge. Wir setzen uns für den Erhalt des Opt-Out-Systems ein.

Warum unsere Initiative wichtig ist: Lokale Werbe- und Informationspost stärkt das öffentliche Gewerbe und fördert die soziale Teilhabe. Sie schafft rund 500.000 Arbeitsplätze und ist eine relevante Informationsquelle für Sonderangebote, Aktionen und gemeinschaftliche Aktivitäten. Da Werbe- und Informationspost auf einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft basiert und aus recycelbarem Altpapier hergestellt wird, ist sie ein sehr nachhaltiges Informationsmittel.



## Unsere Top 5 Fakten



### **Opt-Out funktioniert**

75 % der befragten Haushalte geben in einer Civey-Umfrage an, dass das bestehende Opt-Out-System ausreicht, um den eigenen Willen für oder gegen Werbe- und Informationspost zu äußern.



### **Aus Altpapier und Holzabfällen**

Das Stammholz ausgewachsener Bäume ist für die Papier- und Druckindustrie zu wertvoll. Es wird vor allem für Häuser und Möbel verwendet. Frischfasern für Papier kommen überwiegend aus Durchforstungsholz und Sägewerksabfällen. Werbe- und Informationspost wird aus Altpapier hergestellt, das bis zu 10-mal wieder aufbereitet werden kann.



### **Sicherung von Arbeitsplätzen in der lokalen Wirtschaft**

Von der Papierherstellung bis zur Zustellung - der Wirtschaftszweig zählt rund eine halbe Million Beschäftigte, deren Arbeitsplätze durch eine Opt-In-Regelung gefährdet wären.



### **Die Relevanz des Einzelhandels für Innenstädte**

Die coronabedingte Wirtschaftskrise hat Handel und Gastronomie erheblich geschädigt. Um diese Gewerbe bestmöglich zu unterstützen, muss die lokale Kundschaft auch weiterhin mit Angeboten erreicht werden. So bleiben Innenstädte attraktiv.



### **Einzelhandel statt Onlineshop**

Mit Ladenschließungen wächst der Online-Handel und verändert zunehmend das Konsumverhalten. Die Pandemie hat diesen Prozess beschleunigt. Unser Engagement für den Erhalt des Opt-Out-Systems soll diese Entwicklung bremsen – damit unsere Innenstädte lebendig und lebenswert bleiben.

## Lokale Werbe- und Informationspost ist:



### **Nah.**

Sie fördert lokales Gewerbe und stärkt das gesellschaftliche Miteinander.



### **Nützlich.**

Sie schafft Arbeitsplätze und ist eine wichtige Informationsquelle.



### **Nachhaltig.**

Sie schont dank einer funktionierenden Kreislaufwirtschaft die natürlichen Ressourcen.