



## Eine Initiative der Druck- und Medienverbände

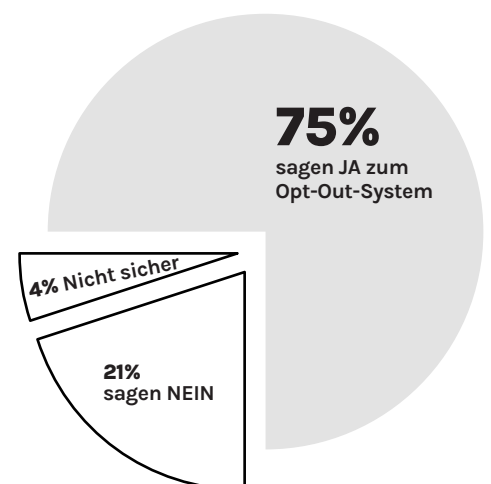
zum Erhalt des Opt-Out-Systems für  
Werbe- und Informationspost.

### 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.