

Antrag 89/II/2021 KDV Mitte

Keine Werbeflut in unseren Briefkästen. Ressourcenverschwendende Briefkastenwerbung einschränken.

Beschluss: Beschluss des Parteitags

In Anlehnung an die Opt-in Pflicht in der digitalen Welt (ein ausdrückliches Zustimmungsverfahren, bei dem der Endverbraucher Werbekontaktaufnahmen – meist durch E-Mail, Telefon oder SMS – vorher explizit schriftlich gestatten muss) wie z.B. bei digital versendeten Newslettern fordern wir eine Opt-In Pflicht für Briefkastenwerbung. Es soll Briefkastenwerbung, wie z. B. „Einkaufaktuell“ nur in einen Briefkasten geworfen werden, wenn das von der Empfänger:in ausdrücklich gewünscht wird. Das kann zum Beispiel erfolgen durch einen Aufkleber am Briefkasten “Ich möchte Werbung“ oder durch die ausdrückliche Zustimmung zum, ggf. auch regelmäßigen, Empfang eines Werbeprospekts eines bestimmten Unternehmens. Ähnliche Verfahren haben z.B. in Amsterdam zu einer Reduzierung des Müllvolumens geführt. Wir setzen uns dafür ein, dass ein ähnliches Verfahren, wie bei der digitalen Variante gefunden wird.

Es bedarf in diesem Zusammenhang einer gesetzlichen Klarstellung, dass Wahlinformationen wie Postwurfsendungen von politischen Parteien und Initiativen, so lange sie während sie im Vorfeld von Wahlen und Abstimmungen versandt werden, keine Werbung darstellen und grundsätzlich wegen der hohen demokratischen Relevanz von Bürger:innen hinzunehmen sind, so lange dem nicht ausdrücklich widersprochen wird (Opt-Out).

Überweisen an

Bundesparteitag 2023