



Haushaltwerbung in der Rechtsprechung

Wie ein sinnvoller Umgang mit Werbeverweigerern aussieht, die am Briefkasten ausdrücklich „Bitte keine Werbung“ wünschen. Was rechtlich zulässig ist und was Auftraggeber von Haushaltwerbung wissen sollten.

Für Werbetreibende, die eine Haushaltwerbeaktion planen, ist es sehr nützlich, die wichtigsten Entscheidungen – vor allem, was die rechtlich einwandfreie Handhabung des Aufklebers „Bitte keine Werbung“ betrifft, selbst zu kennen. Denn für das Einhalten der rechtlichen Bestimmungen, die das Verteilen von Haushaltwerbung betrifft, übernimmt nicht allein das durchführende Zustellunternehmen die Verantwortung. Um sicher zu gehen, dass der Zustellpartner sich an die Gesetzesvorschriften bei der Verteilung von Haushaltwerbung hält, empfiehlt daher der WVO, der Werbe-Vertriebs-Organisationen Verbund e. V., allen Werbung treibenden Unternehmen, auf die Seriosität des Zustellpartners zu achten. Als Orientierungshilfe dienen hier die von den wichtigsten Fachverbänden herausgegebenen Qualitätssiegel.

Seriöse Zusteller wie die Mitgliederfirmen des WVO begrüßen es, dass der Gesetzgeber die Zustellung von unadressierter Werbung im Sinne der Verbraucher geregelt hat. „Im Interesse der gesamten Werbebranche ist es wichtig, die Wünsche der Verbraucher zu berücksichtigen. Glücklicherweise befürwortet die Mehrzahl der Verbraucher Briefkastenwerbung (über 90% der deutschen Haushalte gehören zu ihren Empfängern)*. „Wenn daher ein geringer Teil ausdrücklich keine Werbung im Briefkasten haben will, dann verlangt es nicht nur das Gesetz, sondern auch der gesunde Menschenverstand, dass das respektiert wird.“ So Markus Engel, Gründer des Instituts für Haushaltmarketing und Referent an der WVO-Akademie, der ersten Fachakademie der Branche. Überlegungen, wie beispielsweise Werbeverweigerer statt über die nicht zulässige unadressierte Haushaltwerbung „durch die Hintertür“ über adressierte Mailings dennoch „rechtmäßig“ zu erreichen, hält der Institutsgründer daher für verfehlt. „Wer keine Werbung möchte, sollte auch keine bekommen.“

Die im Folgenden kurz dargestellten wichtigsten Entscheidungen zur Rechtsprechung in der Haushaltwerbung sind keineswegs neu, gewinnen jedoch im Hinblick auf die Diskussion über Qualität in der Haushaltwerbung erneut Aktualität.

*Quelle: ddv-Studie; 2005

Entscheidungen zum Briefkasten-Aufkleber „Bitte keine Werbung“

„Grundsatz-Entscheidung“ (BGH, Urteil vom 20.12.1989)

(1) Dem Eigentümer oder Besitzer einer Wohnung, der sich durch einen Aufkleber an seinem Briefkasten gegen den Einwurf von Werbematerial wehrt, steht gegenüber dem Werbenden ein Unterlassungsanspruch zu, wenn es dennoch zum Einwurf von Werbematerial kommt.

Bedeutet in der Praxis: für seriöse Zustellfirmen gilt der Grundsatz, Briefkästen mit dem Aufkleber „Bitte keine Werbung“ bekommen auch keine unadressierten Werbesendungen zugestellt.



„Ausreißer-Entscheidung“/BGH, Urteil vom 30.04.1992

Wird bei der Verteilung von Werbematerial der durch Briefkasten-Aufkleber geäußerte Wunsch, keine Werbung erhalten zu wollen, nur in vereinzelt gebliebenen Fällen missachtet, kann ein sittenwidriges Wettbewerbsverhalten (...) nicht angenommen werden.

Bedeutet in der Praxis: Kein Verteilunternehmen der Welt kann zu 100% garantieren, dass jeder Zusteller sich immer an die Anweisung hält, bei den Werbeverweigerern auch tatsächlich keine Prospekte einzuwerfen. Wichtig ist, dass ein professionelles Verteilunternehmen solche „Ausreißer“ auch im Hinblick auf das Image der Branche auf ein absolutes Minimum reduziert.

Einwurf eines Anzeigenblattes mit redaktionellem Teil trotz Briefkasten-Aufklebers

OLG Stuttgart, Urteil vom 12.11.1993

Anzeigenblätter fallen nicht unter den Oberbegriff „Werbung“. Daher richtet sich der allgemeine Briefkasten-Aufkleber „Bitte keine Werbung“ nicht gegen Anzeigenblätter. Die Empfänger dieser Presseerzeugnisse, die sich belästigt fühlen, haben ihren Willen durch das Anbringen eines deutlicheren und konkreteren Aufklebers zu äußern.

Bedeutet in der Praxis: Der Aufkleber „Bitte keine Werbung“ betrifft nicht die Anzeigenblätter. Hat jedoch ein Briefkasten den Aufkleber „Keine Werbung und keine kostenlosen Zeitungen!“ stellt ein seriöses Verteilunternehmen auch keine Anzeigenblätter zu.

Einwurf einer abonnierten Zeitung mit Beilagenwerbung

OLG Karlsruhe, Urteil vom 12.07.1991

(1) Der Briefkasten-Aufkleber „Bitte keine Werbung“ wirkt nicht gegen Beilagen in abonnierten Zeitungen.

Bedeutet in der Praxis: Wer eine Zeitung abonniert hat, kann sich nicht gegen die darin enthaltenen Prospekte wehren.

Einwurf von Postwurfsendungen

OLG Frankfurt, Urteil vom 01.06.1995

Nach diesem Urteil müssen sich auch die Zusteller der Deutschen Post AG – ebenso wie die privaten Verteiler – an die Willensäußerung des Briefkastenbesitzers „Bitte keine Werbung“ halten und dürfen hier keine Postwurfsendungen einwerfen.

Einwurf von teildressierten Sendungen

Der Briefkasten-Aufkleber „Bitte keine Werbung“ schützt Verbraucher auch gegen teildressierte Sendungen, die sich beispielsweise *An die Bewohner von Straße/Hausnummer...* richten.

Einwurf von Prospektwerbung politischer Parteien

Kammergericht Berlin, Urteil vom 21.09.2001. Hier wurde entschieden, dass sich auch politische Parteien an den Briefkasten-Aufkleber „Bitte keine Werbung“ halten müssen.

Wer sich über das Thema „Rechtsfragen in der Haushaltwerbung“ eingehender informieren möchte, findet auf der WVO-Homepage die nötigen Links.

www.wvo.de

WVO Pressestelle: Yvonne Reiner:

Tel: 069/25 78 79 82; Fax: 40 35 30 69; E-Mail: pressestelle@wvo.de)