

PRESSEMITTEILUNG

Die große Briefkastenbefreiung – Werbestopper.de startet heute in Deutschland

Individuell, umweltschonend und effizient: Erstmals ist die selektive Abbestellung unerwünschter Werbepost per Mausklick möglich

Nürnberg, 13. September 2016. Jährlich landen 56 Kilo Werbung im Briefkasten eines jeden deutschen Haushalts – das meiste davon wird unbesehen weggeworfen. Auf ganz Deutschland hochgerechnet ergeben sich so knapp 2 Milliarden Kilogramm Papier* pro Jahr, die größtenteils für die Mülltonne produziert, bedruckt und verteilt werden. Da mit Kundenadressen zudem ein reger Handel betrieben wird, nimmt die Belagerung der Briefkästen stetig zu. Damit geht nicht nur eine erhebliche Ressourcenverschwendung einher – viele Verbraucher fühlen sich durch die Werbeflut auch massiv belästigt. Obwohl die Einspruchsmöglichkeit gegen unerwünschte Werbung gesetzlich geregelt ist**, scheuen viele Konsumenten den damit verbundenen Aufwand. Die Gesellschaft zur Durchsetzung von Verbraucherinteressen (GDVI) startet daher ab heute mit Werbestopper.de einen kostenlosen Online-Service, mit dem Nutzer erstmals unkompliziert selbst bestimmen können, von welchen Unternehmen sie weiterhin Werbung erhalten möchten und von welchen nicht. Ein weiterer Pluspunkt: Verbraucher können damit auch wirksam die Weitergabe ihrer Daten verhindern.



Verbraucher entscheiden selbst

Wie störend viele Verbraucher die wahllose Zusendung von Flyern, Prospekten, Preislisten, Katalogen und Werbebriefen empfinden, davon zeugt nicht nur die zunehmende Verbreitung der „Werbung, nein danke“-Aufkleber. Auch die sogenannte Robinsonliste wächst rasant an, mittlerweile sprechen sich dort knapp 800.000 Bürger gegen unerwünschte Werbung aus.*** Aber weder Aufkleber noch Robinsonliste konnten das Problem bisher wirklich zufriedenstellend lösen. Bis dato gab es keinen einfachen Weg, sich gegen alle Formen von unerwünschter Briefkastenwerbung effektiv zu schützen, sondern immer nur gegen Teile davon – und dann ausschließlich nach dem Alles-oder-nichts-Prinzip. Der Werbestopper geht daher weit über die bisherigen Möglichkeiten hinaus:

Die wichtigsten Vorteile des neuen Verbraucherservice in Kürze:

- **individuelle Auswahl:** kein pauschales Verbot von Werbesendungen, Nutzer können selbst auswählen, von welchen Unternehmen sie Werbung bekommen möchten und von welchen nicht
- **einer für alles:** wirkt effizient gegen sämtliche Arten – von anonymen Postwurfsendungen über teiladressierte bis hin zu persönlich adressierten Werbebriefen
- **100%ig kostenlos:** der Service ist für Verbraucher durchweg und dauerhaft kostenlos

- **umweltbewusst:** jeder Nutzer trägt proaktiv zu weniger Ressourcenverschwendung bei
- **gegen Adresshandel:** zusammen mit dem Werbeverzicht kann optional auch ein Verbot der Weitergabe persönlicher Daten an Drittunternehmen ausgesprochen bzw. überprüft werden
- **schnell und unkompliziert in der Anwendung:** Werbestopper.de steht online und als Smartphone App zur Verfügung und kann mithilfe weniger Klicks aktiviert werden (alle gewählten Einstellungen bleiben jederzeit justierbar)
- **gezielt und lernfähig:** es wird nur noch die Werbung produziert und zugestellt, für die sich der Nutzer wirklich interessiert. Der Service lernt fortwährend hinzu, die Liste der aktuellen und potenziellen Werbetreibenden wird in Zusammenarbeit mit den Nutzern laufend überprüft und ergänzt.

Christian Geltenpoth, Geschäftsführer der GDVI: „Es gibt die unterschiedlichsten Gründe, unseren neuen Service zu nutzen: Für viele Menschen stellt die Belagerung ihrer Briefkästen ein Ärgernis oder gar ein Sicherheitsrisiko dar, insbesondere zu Urlaubszeiten. Umweltbewussten Konsumenten ist die Ressourcenverschwendung und Klimabelastung durch den Werbemüll ein Dorn im Auge, Verbraucherschützer möchten den unkontrollierten Weiterverkauf von Kundenadressen zu Marketingzwecken unterbinden. Unser Service macht all das möglich – wir sehen daher für den Werbestopper auf Basis der Marktforschung ein Potenzial von rund 30 Prozent aller Haushalte.“

Doppeltes Aufatmen für die Umwelt

Die Herstellung und Weiterverteilung vieler Tonnen ungelesener Werbepost bedeutet eine immense Verschwendung wichtiger Ressourcen. Hochgerechnet auf ganz Deutschland werden dafür pro Jahr knapp 5 Millionen Bäume gerodet, circa 8 Milliarden Liter Wasser verbraucht und 1,8 Millionen Tonnen CO₂ ausgestoßen**** – mit erheblichen Konsequenzen für Umwelt und Klima. Um diesen Zusammenhang aufzuzeigen, unterstützt Werbestopper die Aufforstungsprojekte des WWF im Amazonas und im Kongo, zwei der weltweit wichtigsten Regenwaldgebiete für den Klimaschutz: Für jeden neuen Nutzer des Service wird dort ein Baum gepflanzt.

Auch die Industrie profitiert

Die massenhafte Zusendung von Werbesendungen bewirkt oft das Gegenteil von dem, was sie zu erreichen versucht – Verbraucher werfen die kostenintensiv produzierten Drucksachen zumeist unbesehen in den Papierkorb oder reagieren verärgert. Eine gezielte Ansprache tatsächlicher Interessenten ist daher für Industrie und Konsumenten die ideale Lösung. Genau das macht der neue Verbraucherservice möglich: Werbetreibende Unternehmen erhalten erstmals Rückmeldung, wie viele Postwurfsendungen völlig umsonst produziert werden. Hieraus leitet sich nicht nur ein beträchtliches Einsparungspotenzial, sondern auch die Möglichkeit für neue zielgerichtete Angebote und Werbemaßnahmen ab. Auch belässt es der neue Service nicht bei einer pauschalen Abbestellung von Briefkastenwerbung: Wer sich papierlos über neue Angebote informieren möchte, kann sein Interesse an einer digitalen Zustellung bestätigen.

Die Zukunft ist digital

Wrestopper setzt sich für eine zielgerichtete Kundenansprache und umweltschonendere Bereitstellung von Werbung ein und bereitet den Weg für den digitalen Wandel in der Werbeindustrie: Die gezielte digitale Zustellung von Werbesendungen macht nur Sinn, wenn nicht gleichzeitig auch die Briefkästen mit derselben Papierwerbung überhäuft werden. Und

auch der nächste Schritt in Richtung Digitalisierung ist im Werbestopper bereits angelegt: „Unsere Nutzer können sich heute schon für die alternative Zustellung von Werbung per Email anmelden – wir arbeiten parallel an Lösungen, die Industrie auf dem Weg hin zur digitalen Zustellung zu unterstützen,“ so Christian Geltenpoth. „Die Zukunft der Werbung liegt für uns in der Digitalisierung, da diese langfristig Verbrauchern und Industrie nur Vorteile verschafft.“

* Die Zahlen zum Werbeaufkommen leiten sich aus einer Erhebung der GDVI von Dezember 2015 bis Juli 2016 ab (genau: 56,4 kg pro Haushalt). Laut Angaben von Statista gab es in 2015 40,77 Millionen Privathaushalte in Deutschland <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/1240/umfrage/anzahl-der-privathaushalte-deutschland-nach-bundeslaendern/>. Die Berechnungen beziehen das reduzierte Papieraufkommen durch 24% Werbeverweigerer bereits mit ein <http://www.die-zeitungen.de/aktuelles/news/article/news/mehr-werbeverweigerer.html>

** § 28 Absatz 4 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und § 7 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

*** <http://www.absatzwirtschaft.de/werbung-unerwuenscht-die-robinsonliste-des-ddv-feiert-40-geburtstag-11425/>

**** Quellen: WWF, Umweltbundesamt, Greenpeace, PrimaKlima. Die Zahlen berechnen einen hohen Anteil an Recyclingpapier bereits ein, die Produktion von Plastikhüllen etc. wurde hierbei jedoch nicht berücksichtigt.

Über Werbestopper.de

Der Verbraucherservice Werbestopper.de befreit die Briefkästen deutscher Haushalte erstmals wirksam von sämtlichen Arten unerwünschter Werbepost. Im Gegensatz zu pauschal wirkenden Werbeverboten können Verbraucher zudem selbst bestimmen, von welchen Unternehmen sie weiterhin Angebote erhalten möchten und von welchen nicht. Zukünftig wird mithilfe von Werbestopper.de auch der Zustellungsweg (per Post oder Email) wählbar sein. Der von der GDVI ins Leben gerufene Service basiert auf gesetzlich durchsetzbaren Grundlagen und kann online oder über eine App genutzt werden. Er ist kostenlos und unkompliziert in der Anwendung.

Werbstopper.de engagiert sich für weniger Ressourcenverschwendung und zielgerichteter Werbung, der Service ist selbstlernend und spart pro Nutzer bis zu 56 Kilogramm Papiermüll im Jahr ein.

Weitere Informationen unter www.werbestopper.de

Über die GDVI (Gesellschaft zur Durchsetzung von Verbraucher-Interessen)

Die Gesellschaft zur Durchsetzung von Verbraucher-Interessen GmbH wurde 2014 gegründet und hat es sich zur Aufgabe gemacht, Rechtsdienstleistungen und redaktionelle Inhalte zum Thema „Verbraucherrecht“ anzubieten. Die GDVI betreibt über ein Tochterunternehmen den Onlinedienst Flugrecht.de sowie weitere Portale, über die Verbraucher ihr Recht gegenüber Unternehmen geltend machen können. Seit September 2016 bietet die GDVI auch den Verbraucherdienst Werbestopper.de an. Weitere Portale und redaktionelle Onlinedienste sind in Planung.

Weitere Informationen unter www.gdvi.de

Pressekontakt:

Alexandra Maiberger & Lisa Ostermaier

Corneliusstraße 5

80469 München

Tel: Lisa Ostermaier 01520/865 20 80

Tel: Alexandra Maiberger 0179/467 43 10

E-Mail: pr@werbestopper.de