

**Postulat Manuel C. Widmer (GFL): Mein Briefkasten gehört mir 1:
„DiREKT“, „Domicil“ & Co.**

„Stopp! Keine Werbung in diesen Briefkasten!“ Dieser oder ein ähnlicher Satz steht an ca. 50% aller Briefkästen in der Stadt Bern. Und in den meisten Fällen tut er seine Wirkung, ist heute akzeptiert. Allerdings gibt es, neben den diversen Pizzakurieren, die den „Stopp“-Kleber nicht zu verstehen scheinen, auch einige Publikationen, die in den Berner Briefkästen landen, trotz Kleber. In den meisten Fällen wird dann argumentiert, diese Publikationen seien keine Werbung, sondern eine Dienstleistung oder ein Informationsmagazin. So stellt sich zum Beispiel das Magazin „DiREKT“ von ewb auf den Standpunkt, man verteile eine Kundeninformationszeitschrift. Und da alle Berner automatisch auch Kunden von ewb seien, dürfe man das Magazin auch in jeden Briefkasten werfen, unbesehen der Wünsche der BriefkastenbesitzerInnen. Die Gratiszeitung „Domicil Zeitung“ argumentiert einerseits damit, dass auf Grund kleiner Reklamationszahlen die Verteilung wohl breit akzeptiert sei und somit kein Anlass bestehe, die Verteilung einzuschränken. Andererseits sei man eine „Informationszeitung ohne werblichen Hintergrund“, was immer das auch heissen mag. Eine Möglichkeit für Einzelpersonen, sich von der Zustellung auszunehmen, sei nicht gegeben. Ob die „Domicil Zeitung“ aus Unwissenheit falsch argumentiert oder, um nicht auf einen Schlag die Hälfte der Ausgabe zu verlieren, bleibt unklar. Klar ist, dass ein Branchenagreement der grossen Player in der Werbungszustellung, also der Post, der swissdirect mail und der Direct Mail Company (AWZ-Nachfolger). Dort wird folgende Regelung postuliert:

„Die Zustellung der Gratiszeitungen erfolgt grundsätzlich netto (d.h. nur in Briefkästen ohne Stopp-Kleber). In Einzelfällen erfolgt die Zustellung auch brutto (d.h. in alle Briefkästen). Dies geschieht einerseits bei amtlichen Publikationsorganen, andererseits bei Gratiszeitungen, welche bei der Leserschaft beliebt (z.B. lokal verankert) sind. Bei Bruttozustellungen wird mit Negativlisten gearbeitet. Diese Negativlisten umfassen die Adressen aller Empfänger, welche die Gratiszeitungen nicht erhalten wollen.“ (Agreement im Anhang¹)

Weder Post noch Domicil sind in der Lage, zu sagen, ab wann denn eine Publikation „nicht mehr beliebt“ wäre und wie viele Leute reklamieren müssten. Die Post umgeht das eigene Agreement, in dem Publikationen nicht mehr als Gratiszeitungen, sondern als PromoPostZustellung bezeichnet werden, bei der die eigenen Abmachungen nicht mehr gelten. So finden sich dank windiger Ausreden und Umbenennungen immer wieder Zeitungen in Briefkästen von Leuten, die das ausdrücklich nicht wollen und mit dem Stopp-Kleber auch öffentlich sagen. Der Werbewirtschaft und den Verteilorganisationen sind Stopp-Kleber ein Dorn im Geschäfts- und Umsatzauge. Deshalb wird mit allen Mitteln versucht, den BernerInnen die Verfügungsgewalt über den eigenen Briefkasten streitig zu machen. Nicht der Besitzer eines Briefkastens soll sagen, was eingeworfen werden darf, sondern die Werbewirtschaft und die Verteilorganisationen.

Der Einwurf von Werbung in Briefkästen ist nebst einer Respektlosigkeit gegenüber den Wünschen der Besitzer auch ein unnötiger Verschleiss von Ressourcen (Papier, Druckfarbe, Energie, ...) im Bereich von 50%!

Der Gemeinderat wird gebeten, folgende Massnahmen zu prüfen:

¹ Der Anhang kann beim Ratssekretariat elektronisch angefordert werden.

1. Nichtamtliche Publikationen von Verwaltungsstellen und von autonomen öffentlich-rechtliche Anstalten im Besitz der Stadt Bern werden grundsätzlich nach folgenden Regeln verteilt:
 - a) Die Verteilung erfolgt netto (d.h. nur in Briefkästen ohne Stopp-Kleber).
 - b) Sollte die Verteilung in Ausnahmefällen Brutto erfolgen, ist zwingend mit Negativlisten zu arbeiten. Diese Negativlisten umfassen die Adressen aller Empfänger, welche die Gratiszeitungen nicht erhalten wollen.
 - c) Es ist eine digitale Version anzubieten.
2. Er sucht das Gespräch mit den Verteilorganisationen, um der Durchsetzung des Willens der Briefkastenbesitzer Nachdruck zu verschaffen. Dabei soll im Minimum bei allen Publikationen, welche nicht den „Ausnahmen“ und dem Punkt „Zustellpraxis bei unadressierten Sendungen“ im Agreement entsprechen mit Negativlisten gearbeitet werden.
3. Es soll mit den Verteilorganisationen ein verbindliches, schriftliches Agreement für die Stadt Bern ausgearbeitet werden, welches den „Primat des Stopp-Klebers“ gegenüber anderen Interessen postuliert und regelt.
4. Es soll in Zusammenarbeit mit den Verteilorganisationen eine zentrale, bei den Verteilorganisationen angesiedelte Beschwerdestelle geschaffen werden, bei der sich BernerInnen für Publikationen abmelden und das Nichtbeachten von Stopp-Klebern gemeldet werden kann.

Bern, 25. April 2013

Erstunterzeichnende: Manuel Widmer

Mitunterzeichnende: Matthias Stürmer, Susanne Elsener, Michael Köppli