
Schont Umwelt und Nerven

Schluss mit dem alltäglichen Werbewahnsinn

15.08.2017, 07:42 Uhr | rw, t-online.de



Gegen unerwünschte Werbung im Briefkasten kann man sich wirksam wehren. (Quelle: Niehoff/imago)

Speisekarten irgendwelcher Lieferdienste, Prospekte der örtlichen Discounter und Gratis-Zeitungen verstopfen täglich Millionen deutscher Briefkästen. Viele Menschen versuchen, sich mit einem Aufkleber am Briefkasten gegen die unerwünschten Sendungen zu wehren – oft ist das Bemühen allerdings vergeblich. Wir sagen, [wie Sie unerwünschte Werbung und Gratis-Zeitungen dauerhaft loswerden](#).

Jeden Tag ist es dasselbe Bild: Man kommt von der Arbeit nach Hause, wirft einen Blick zum Briefkasten und was sich einstellt, ist Wut. Schon wieder platzt der Briefkasten aus allen Nähten. Die Werbeblättchen und Prospekte quillen schon regelrecht aus seinem Schlitz heraus. Ärgerlich ist das nicht nur wegen der unnötigen Umweltbelastung – die Reklame wandert ja meistens ungelesen zum Altpapier.

Rabiate Zusteller sind ein besonderes Ärgernis

Unangenehm ist die unerwünschte Werbung vor allem, weil einige Zusteller nicht gerade zimperlich sind, wenn es darum geht, ihren Prospekt oder ihre Gratis-Zeitung noch irgendwie in den Kasten zu quetschen. Ob unter Umständen wichtige Dokumente im Briefkasten liegen, die besser nicht verknicken sollen, scheint einige Zusteller wenig bis gar nicht zu kümmern.

"Keine Werbung"-Aufkleber müssen beachtet werden

Grundsätzlich können die Briefkasten-Eigentümer die Zustellung von nicht adressierter Werbung

untersagen. In der Theorie reicht dafür ein Aufkleber mit einer klaren Willensbekundung, keine Werbung bekommen zu wollen. Seit einem höchstrichterlichen Urteil des Bundesgerichtshofs aus dem Jahr 1988 ist klar gestellt, dass Zusteller und Werber solche Aufkleber akzeptieren müssen (Az. VI ZR 182/88). Der Aufkleber muss gut sichtbar am Briefkasten angebracht sein. Ein Aufkleber an der Haustür kann zusätzlich angebracht werden, reicht alleine aber nicht aus.

Gratis-Zeitungen gelten oft nicht als Werbung

Etwas anders ist die Lage bei Gratis-Zeitungen und Anzeigenblättchen. Auch wenn viele Menschen diese ebenfalls als Werbung wahrnehmen, enthalten die Publikationen doch einen redaktionellen Teil und gelten daher rechtlich nicht als Werbung. "Wer den Einwurf dieser Blätter vermeiden möchte, muss am Briefkasten einen Hinweis anbringen, dass keine Anzeigen- und Wochenblätter erwünscht sind", rät Anne Kronzucker, Juristin der D.A.S. Rechtsschutzversicherung .

Um die Zustellung zu untersagen, muss der Aufkleber am Briefkasten also absolut eindeutig und unmissverständlich beschriftet sein. "Bitte keine Werbung und keine kostenlosen Zeitungen einwerfen" wäre beispielsweise eine solche unmissverständliche Aufschrift.

Trotz Verbots Werbung im Briefkasten

Wenn ein korrekter Aufkleber am Briefkasten angebracht ist, dieser jedoch von Zustellern – ob nun absichtlich oder aus Zeitdruck – ignoriert wird, müssen Sie das nicht einfach hinnehmen: Kontaktieren Sie die betreffende Firma oder den Verlag der Gratis-Zeitung und verlangen Sie – am besten unter Berufung auf das BGH-Urteil von 1988 – Ihre eindeutig geäußerte Willenserklärung zukünftig zu akzeptieren und weitere Zustellungen zu unterlassen. Es ist die Pflicht der Unternehmen und Verlage, auf Ihre Zusteller so einzuwirken, dass diese den Willen der Briefkasten-Inhaber akzeptieren.

Der Rechtsweg ist nicht ohne Risiko

Wenn es dann trotzdem weiterhin zu unerwünschten Zustellungen kommt, bleibt Ihnen nur der juristische Weg: Sie können einen Anwalt damit beauftragen, die betreffende Firma abzumahnern und eine schriftliche, strafbewährte Unterlassungserklärung zu verlangen. "Bei jedem Klageverfahren sollte allerdings das Kostenrisiko beachtet werden", warnt Rechtsanwalt Sascha Kugler.

Zwar ist die Rechtslage bei unerwünschter Werbung ziemlich eindeutig und Sie hätten nach einer gewonnenen juristischen Auseinandersetzung Anspruch auf Erstattung Ihrer Gerichts- und Anwaltskosten, allerdings heißt es nicht umsonst: "Vor Gericht und auf hoher See ist man in Gottes Hand." Ein Richterspruch ist eben nie ganz vorhersehbar. Am Ende könnten Sie auf Ihren Kosten sitzen bleiben. "Deshalb ist es nur dann sinnvoll, Klage zu erheben, wenn Sie rechtsschutzversichert sind und Ihre Versicherung Ihnen für das Verfahren eine Deckungszusage erteilt hat", empfiehlt Rechtsanwalt Kugler.

Adressierte Werbung muss zugestellt werden

Kann man sich gegen nicht adressierte Werbung noch relativ leicht mit einem Aufkleber am Briefkasten schützen, fällt ein solcher Schutz bei Werbung, die mit korrekter Anschrift an einen selbst adressiert ist, deutlich schwerer. Bei vielen Online-Geschäften oder auch bei der Benutzung von Payback-Karten und ähnlichen Rabatt-Systemen werden Ihre Daten erhoben und an andere Unternehmen weiter verkauft. Diese können Sie dann gezielt mit korrekter Adresse anschreiben.

Klar adressierte Post müssen die Briefträger zustellen – egal, ob ein Aufkleber am Postkasten Werbung verbietet.

Zumindest reduzieren kann man diese Werbepost, indem man sich auf der sogenannten Robinsonliste einträgt. Seriöse Unternehmen gleichen ihre Versand- und Werbelisten regelmäßig mit der Robinsonliste ab und schreiben die dort eingetragenen Haushalte nicht mehr an. In die Robinsonliste eintragen können Sie sich [hier](#).

Erreicht Sie trotzdem noch adressierte Werbung, bleibt Ihnen nur noch, die Absender direkt anzuschreiben und sie aufzufordern, künftig keine Werbung mehr an Sie zu schicken. Wird dieser Wunsch missachtet, können Sie rechtlich gegen die jeweilige Firma vorgehen. Allerdings haben viele Absender unseriöser Werbung ihren Geschäftssitz nicht in Deutschland, so dass es im Einzelfall schwierig sein kann, Ihr Recht auch durchzusetzen.

Unerwünschte Werbung zurück an den Absender

Alternativ und völlig kostenfrei können unerwünschte Werbebriefe vom Verbraucher mit ihrem Absender versehen und wieder in den nächsten öffentlichen Briefkasten geworfen werden. Es reicht der kurze, handschriftliche Vermerk "Annahme verweigert!" auf dem Umschlag. "Der Verbraucher nimmt damit sein Widerspruchsrecht wahr", sagt D.A.S.-Juristin Kronzucker. Man dreht den Spieß also gewissermaßen um. Möglich ist dies sowohl bei adressierten als auch bei nicht adressierten Werbesendungen.

Werbung auch ohne Aufkleber untersagen

Für Aufsehen hat Ende 2011 ein Urteil des Landgerichts Lüneburg gesorgt, wonach man auch der Zusendung ganz bestimmter Postwurfsendungen widersprechen kann. Im verhandelten Fall wollte der Kläger die Zustellung des von der Deutschen Post vertriebenen Werbeblattes "einkauf aktuell" untersagen und teilte dies der Post auch mehrfach mit. Diese setzte die Zustellung mit der Begründung fort, bei einer solchen Massensendung könne man Einzelwünsche nicht berücksichtigen und empfahl dem Kläger, über einen Aufkleber, die Zustellung von Werbung grundsätzlich zu untersagen.

Bei "einkauf aktuell" handelt es sich um ein Paket aus Werbeprospekten und einer dünnen TV-Programmzeitschrift eingeschweißt in einer Plastikfolie. "Ich sehe nicht ein, dass ich zur Mülltrennung genötigt werde, die Packung zu öffnen und mir den Inhalt anzuschauen", begründete Kläger Henning Grewe damals gegenüber dem "Stern" seinen Gang vor das Gericht.

Und tatsächlich: Wie die Lüneburger Richter entschieden, greife ausdrücklich jede Postwurfsendung in das Recht auf informationelle Selbstbestimmung ein und dürfe deshalb auch untersagt werden. Einen Aufkleber könnten Werbungtreibende schon deshalb nicht verlangen, weil ja womöglich gar nicht jede Reklame, sondern nur ganz bestimmte Sendungen unerwünscht sind. Das Urteil (Az. 4 S 44/11) ist inzwischen rechtskräftig und bietet eine handfeste Grundlage, sich gegen unerwünschte Wurfungen zu wehren.

[zum Artikel](#)