



**mouvement  
écologique**



# „Keng Reklammen an de Bréifboîten: D'Ëmsetzung muss kontrolléiert - onkloer Punkte nach gekläert ginn!“

Der Mouvement Ecologique wird von zahlreichen Bürger:innen auf Probleme bei der Umsetzung der Bestimmungen von Artikel 12 des neuen Abfallwirtschaftsgesetzes vom 9. Juni 2022 betreffend Werbesendungen in Briefkästen aufmerksam gemacht.

Dieser Artikel besagt folgendes:

« (6) *En vue de prévenir l'abandon de déchets :*

1° *Le dépôt d'imprimés publicitaires sur les véhicules est interdit ;*

2° *Le lancement sur la voie publique, de confettis, serpentins et autres projectiles festifs, lorsqu'ils contiennent du plastique ou du métal, est interdit.*

(7) *À compter du 1er janvier 2024, le dépôt et la distribution d'imprimés publicitaires à vocation commerciale, à l'exception de la presse d'information gratuite, dans les boîtes à lettres sont interdits, sauf accord formel du destinataire. »*

Gemäss diesen Informationen scheint es, als ob einerseits die Umsetzung des Gesetzes von öffentlicher Seite aus nicht ausreichend sichergestellt und Missachtungen verhindert werden. Andererseits stellen sich Fragen über die Interpretation des Gesetzes.

**Folgende Punkte sind von besonderer Bedeutung, damit die Ziele des Gesetzes, Sparen von Ressourcen und Schutz der Privatsphäre, respektiert und die Belange der Bürger:innen Ernst genommen werden:**

## Die festgestellten Probleme

### Gratis-Werbezeitungen

Bis dato wurden Gratis-Werbezeitungen nicht an Haushalte mit dem Aufkleber „Keng Reklammen wgl.“ am Briefkasten ausgeteilt. Dies nicht zuletzt aufgrund der juristischen Interpretation, dass eine Gratis-„Zeitung“, welche nicht auf einem Abonnement zwischen Herausgeber und Privatperson basiert sondern von einem kommerziellen Akteur verteilt wird (also z.B. nicht einer Gemeinde oder eines Vereins) und eindeutig kommerzielle Zwecke verfolgt (z.B. mehr als 50 % Werbung beinhaltet), eindeutig als Werbung anzusehen ist. So mancher Herausgeber betrachtet nun aber sein Gratis-Werbeblatt als „Zeitung“, die nicht unter die Bestimmung des Gesetzes fällt. So erhalten Bürger:innen ungefragt diese Gratis-Publikationen kommerzieller Akteure. In diesem Bereich ist sogar somit derzeit eine Verschlechterung gegenüber früher durch die neue Gesetzgebung eingetreten, die wohl auch kaum in dieser Form seitens des Gesetzgebers gewünscht war.

### Starke Zunahme der Werbe-Beilagen in Tageszeitungen

Äußerst zahlreiche Bürger:innen haben erhebliche Probleme mit der Tatsache, dass die Werbebeilagen in den Tageszeitungen erheblich zugenommen haben. Während die klassischen Anzeigen, die in den Zeitungen selbst abgedruckt sind, in den Meldungen nicht thematisiert wurden, stößt die größere Flut von „Beilagen“ auf recht starke Opposition. Das Ganze wird als eine „Umgehung“ der neuen Gesetzgebung empfunden. Konnte man diese vor dem Inkrafttreten der neuen Abfallgesetzgebung vermeiden, in dem man den Aufkleber „Keng Reklammen wgl.“ anbrachte, ist dies im Rahmen des Abonnements einer Tageszeitung nun nicht mehr gegeben. Scheinbar muss der Kunde auf die digitale Ausgabe der Zeitung zurückgreifen, um dieser Werbeflut zu entgehen ...

## Verteilung von „kleineren Werbeflyern“ erfolgt weiterhin

Sowohl größere als auch kleinere Firmen / Privatpersonen mit kommerziellen Anliegen verteilen weiterhin klar als Werbung erkennbare Flyer an die Haushalte (Wahrsager:innen, Immobilienfirmen, Lieferanten im Horecabereich usw.) und es ist nicht erkennbar, welche staatliche Instanz diese Zuwiderhandlung ahndet und den Respekt des Gesetzes sicherstellt.

## „Werbungen“ an geparkten Autos

Recht häufig werden zudem Werbe-Karten an Wagen auf Parkplätzen angebracht (unter Scheibenwischern z.B.), wobei dieses Verbot sogar explizit im Gesetz angeführt wird. Diese Werbe-Karten werden von den Menschen, die sich bei uns gemeldet haben, als besonders problematisch angesehen, da sie auch noch plastifiziert sind. Es ist den Bürger:innen nicht bekannt, an welche Stelle konkret sie diese Beschwerden leiten können.

## Informationsmaterial von Gemeinden, Vereinen, Parteien

Einige Bürger:innen haben den Wunsch ausgedrückt, auch keine Informationen mehr u.a. von Gemeinden zu erhalten. Diese Informationen wurden in der Vergangenheit auch immer jenen Haushalten zugestellt, die den Aufkleber „Keng Reklammen wgl.“ angebracht hatten. Dies, da es sich dabei nicht um kommerzielle Herausgeber handelt, sondern um Akteure der Gesellschaft, die Bürger:innen informieren möchten. Einige Bürger:innen sehen dies jedoch scheinbar anders, so zumindest das Feedback auf die Aktion des Mouvement Ecologique.

Der Mouvement Ecologique bleibt bei der Grundhaltung, dass es aus **demokratischer Sicht** äußerst wichtig ist, dass vor allem die Gemeinden, aber auch Vereine und andere Akteure, nicht kommerzielle Mitteilungen an die Bürger:innen weitergeben können. Diese sind ein wesentlicher Bestandteil der Demokratie und auch lebendiger Gemeinden.

Außerdem wäre zu befürchten, dass ansonsten so manche/r Bürger:in, der eigentlich keine kommerziellen Werbesendungen erhalten wollte, diese „in Kauf“ nehmen würde, um weiterhin über das Vereinsleben usw informiert zu bleiben und entsprechend einen Aufkleber, dass er weiter Werbesendungen erhalten will, anbringen würde. Somit wäre eine derartige Bestimmung auch aus **ökologischer Sicht** fragwürdig.

**Deshalb bleibt der Mouvement Ecologique der Überzeugung, dass derartige nicht kommerzielle Informationen weiterhin an alle Haushalte verteilt werden dürfen und nicht als „Werbung“ anzusehen sind.**

**Da es wichtig ist, in den ersten Monaten nach Inkrafttreten einer neuen Gesetzgebung dafür zu sorgen, dass die Bestimmungen respektiert und unzufriedene Bürger:inn über die Haltung des Ministeriums in dieser Angelegenheit informiert werden, wäre ein umgehendes Handeln des Ministeriums erforderlich.**

April 2024

## Die Anregungen des Mouvement Ecologique

Der Mouvement Ecologique sieht es deshalb als unerlässlich an, dass kurzfristig folgende Initiativen seitens des Ministeriums für Umwelt, Klima und Biodiversität sichergestellt werden:

### 1. Umgehende Klärung der Interpretation von Artikel 12 des Gesetzes und ggf. Nachbesserungen durchführen

Hier besteht eindeutiger Nachholbedarf:

- **Problematik der „Gratis Zeitungen“ klären und eindeutig regeln:** Es ist höchst problematisch, dass – wie angeführt - jene Zeitungen, die eindeutig rein kommerzielle Zwecke verfolgen, nunmehr in Briefkästen von Haushalten landen, welche vorher von dieser Werbeflut verschont blieben. Dass das neue Abfallgesetz eine Verschlechterung herbei geführt hat, ist kontraproduktiv. Der Gesetzgeber müsste hier für Klarheit sorgen. Wäre das Gesetz in dem Sinne zu interpretieren, dass diese Zeitungen weiterhin als Werbung anzusehen sind, müsste umgehend gegenüber den Herausgebern vorgegangen werden. Ist das Gesetz in diesem Bereich unklar, müsste es umgehend im Sinne einer Präzisierung nachgebessert werden.

### 2. Missachtung des Gesetzes angehen!

In diesem Bereich drängen sich folgende Maßnahmen auf:

- **Kontaktadresse für Reklamanten einführen:** Es ist die Aufgabe des Ministeriums für Umwelt, Klima und Biodiversität sicherzustellen, dass sein Gesetz respektiert wird. Deshalb sollte das Ministerium umgehend eine „Hotline“ – „E-Mail-Adresse“ veröffentlichen, an welche alle Bürger:innen Beschwerden richten können. Es sollte klar ersichtlich sein, wie das Ministerium auf Missachtungen des Gesetzes reagiert. Die Personen, die die Beschwerde eingereicht haben, müssen selbstverständlich über die Folgen, die ihrer Reklamation gegeben wurden, informiert werden.
- **Konsequenzen für Missachtung der Gesetzgebung seitens des Ministeriums sicherstellen:** Das Ministerium muss jene Akteure kontaktieren, die das Gesetz nicht respektieren. Dies kann in einer ersten Phase ggf noch auf „die sanfte“ Art und Weise sein. Hält sich ein Akteur aber mehrfach nicht an die Bestimmungen, müssten die vorgesehenen Strafen umgesetzt und auch darüber informiert werden.
- **Kontaktaufnahme mit Tageszeitungen:** Ziel des Abfallgesetzes war es, Abfall zu vermeiden und Ressourcen zu schonen. Indem Werbende nunmehr verstärkt ihr Werbematerial via Tageszeitungen verteilen lassen, wird dieses Ziel de facto unterlaufen. Dabei gilt es darauf hinzuweisen, dass Tageszeitungen auch VOR dem neuen Abfallgesetz finanziell überlebten, ohne diese zusätzlichen Einnahmen. Mit den Verantwortlichen der Zeitungen müsste Kontakt aufgenommen werden, um hier eine Lösung im Sinne des Ressourcenschutzes sowie ihrer Leser:innen zu finden.