

# Beschlussvorlage

Geschäftszeichen:  
OBM/13

Verantwortliche/r:  
Bürgermeister- und Presseamt

Vorlagennummer:  
13/114/2021

## Werbung nur auf Wunsch Antrag 2016/2021 vom 23.09.2021

Beratungsfolge	Termin	Ö/N	Vorlagenart	Abstimmung
Haupt-, Finanz- und Personalaus- schuss	12.01.2022	Ö	Beschluss	vertagt
Haupt-, Finanz- und Personalaus- schuss	16.02.2022	Ö	Beschluss	

### Beteiligte Dienststellen

#### I. Antrag

Die Vorlage und der Brief an den Deutschen Städtetag werden zur Kenntnis genommen. Der Antrag 216/2021 vom 23.09.2021 von Grüne/GL-Fraktion, Klimaliste, erlanger linke und FWG ist damit bearbeitet.

#### II. Begründung

##### 1. Ergebnis/Wirkungen

(Welche Ergebnisse bzw. Wirkungen sollen erzielt werden?)

Mit Antrag vom 23.09.2021 wurde das sog. Opt-In-Verfahren für Briefkastenwerbung thematisiert, bei dem Endverbraucher\*innen die Werbekontaktaufnahmen explizit gestatten müssen. Im Gegensatz zum online-Handel, bei dem beispielsweise die Zusendung eines newsletters ausdrücklich gestattet werden muss, ist Briefkastenwerbung nur dann unzulässig, wenn sie ausdrücklich nicht gewollt ist.

Mit einer Änderung dieses Verfahrens soll künftig Briefkastenwerbung nur dann zulässig sein, soweit ein „Werbung, ja bitte“-Hinweis angebracht ist. Dies könnte zu einer Reduzierung des Pro-Kopf-Papierverbrauchs beitragen, was sowohl dem Umwelt- und Klimaschutz dienen als auch die Abfallwirtschaft entlasten würde.

##### 2. Programme / Produkte / Leistungen / Auflagen

(Was soll getan werden, um die Ergebnisse bzw. Wirkungen zu erzielen?)

Rechtlich gibt es aktuell keine Möglichkeit das Verfahren zu verändern. Es müsste eine Gesetzesänderung auf Bundesebene veranlasst werden, oder zumindest eine Ermächtigungsgrundlage, die eine kommunale Satzung zur Einführung der Opt-In-Lösung, rechtlich zulässt.

##### 3. Prozesse und Strukturen

(Wie sollen die Programme / Leistungsangebote erbracht werden?)

Der Oberbürgermeister hat sich in dieser Angelegenheit an den Deutschen Städtetag gewandt und um Behandlung in den entsprechenden Fachausschüssen gebeten.

Ein Beitritt zum Städtebündnis gegen Werbeflut wird als weniger zielführend angesehen und wird deshalb nicht vorgeschlagen.

#### 4. Klimaschutz:

*Entscheidungsrelevante Auswirkungen auf den Klimaschutz:*

- ja, positiv\*  
 ja, negativ\*  
 nein

*Wenn ja, negativ:  
Bestehen alternative Handlungsoptionen?*

- ja\*  
 nein\*

*\*Erläuterungen dazu sind in der Begründung aufzuführen.*

Falls es sich um negative Auswirkungen auf den Klimaschutz handelt und eine alternative Handlungsoption nicht vorhanden ist bzw. dem Stadtrat nicht zur Entscheidung vorgeschlagen werden soll, ist eine Begründung zu formulieren.

#### 5. Ressourcen

(Welche Ressourcen sind zur Realisierung des Leistungsangebotes erforderlich?)

Investitionskosten:	€	bei IPNr.:
Sachkosten:	€	bei Sachkonto:
Personalkosten (brutto):	€	bei Sachkonto:
Folgekosten	€	bei Sachkonto:
Korrespondierende Einnahmen	€	bei Sachkonto:
Weitere Ressourcen		

##### Haushaltsmittel

- werden nicht benötigt  
 sind vorhanden auf IvP-Nr.  
bzw. im Budget auf Kst/KTr/Sk  
 sind nicht vorhanden

##### Anlagen:

- Antrag 2016/2021 vom 23.09.2021
- Brief an den Deutschen Städtetag vom 16.12.2021

### III. Abstimmung

Beratung im Gremium: Haupt-, Finanz- und Personalausschuss am 12.01.2022

##### Protokollvermerk:

Herr Bazant bittet um eine Begründung, warum der Beitritt zum Städtebündnis als weniger zielführend angesehen wird.

Um diese Frage zu klären, wird die Beschlussfassung vertagt.

Herr StR Höppel macht den Vorschlag, dass Neubürger einen Aufkleber mit dem Text „bitte keine Werbung“ erhalten sollen. Er bittet um Prüfung des Vorschlags bis zur nächsten Sitzung.

Stimmen

Volleth  
Vorsitzende/r

Winkler  
Schriftführer/in

IV. Beschlusskontrolle  
V. Zur Aufnahme in die Sitzungsniederschrift  
VI. Zum Vorgang