

## Unadressierte Briefkastenwerbung – Behauptungen gegen Fakten

<b>Behauptung von:</b> <b>Letzte Werbung e.V. in der Petition auf change.org</b>	<b>Belegbare Fakten von:</b> <b>Umweltbundesamt, TU Darmstadt</b> <b>Verband Deutscher Papierfabriken e.V.</b> <b>Food and Agriculture Organization of the United Nations</b> <b>ZMG – Die Werbeverweigerer, VuMA Markt-Media-Studie</b>
1,06 Mio. Tonnen nicht adressierter Werbung landen pro Jahr in Deutschlands Briefkästen.	> Diese Zahl wird von keinem der o.g. Akteure genannt, eine Quelle wird von Letzte Werbung e.V. nicht angegeben.
Für die Papierproduktion der nicht adressierten Werbebroschüren werden verbraucht:	> Für die Papierproduktion von 1,06 Tonnen werden laut Verband Deutscher Papierfabriken e.V. verbraucht <sup>1</sup> :
42 Mrd. Liter Wasser	> 9,5 Mrd. Liter Wasser
4,3 Mrd. kWh Energie	> 2,8 Mrd. kWh Energie
1,6 Mio. Tonnen Holz	> Werbeprospekte werden zum allergrößten Teil auf Altpapier gedruckt. Die Altpapiereinsatzquote der Papierindustrie betrug im Jahr 2019 78 Prozent <sup>1</sup> . Papierfasern können laut Bundesumweltamt <sup>2</sup> sechsmal, gemäß TU Darmstadt <sup>3</sup> bis zu zehn Mal wiederverwendet werden.
1,1 Mio. Bäume	> Das Stammholz ausgewachsener Bäume ist für die Papierproduktion viel zu teuer. Wenn Frischfasern aus Holz beigemischt werden, handelt es sich ganz überwiegend aus Sägewerksabfälle oder Durchforstungsholz (Kalamitätsholz) <sup>1</sup> .
Über 80 Prozent des deutschen Bedarfs an Papier und Zellstoff wird aus dem Ausland gedeckt.	> Deutschland ist mit 3 Mio. Tonnen Nettoexporteur von Papier, Karton und Pappe. Je nach Bedarf im In- und Ausland werden bestimmte Sorten und Mengen international gehandelt – so wie andere Güter auch. <sup>1</sup>
Dafür werden fast überall auf der Welt Wälder gerodet – häufig mittels Kahlschlags. Die Folge ist der Verlust von Lebensräumen für Tiere und Pflanzen.	> Die „Food and Agriculture Organization of the United Nations“ belegt <sup>4</sup> : Die Abholzungen finden statt zu Gunsten einer kontinuierlich wachsenden kommerziellen Landwirtschaft (vor allem Rinderfarmen, Anbau von Sojabohnen und Ölpalmen) und landwirtschaftlicher Nutzung durch die lokale Bevölkerung.
Dabei wollen die Bürgerinnen und Bürger diese billigen Werbeprospekte mehrheitlich nicht.	> Rund 27 Prozent der Briefkästen tragen den „Bitte keine Werbung“-Aufkleber. Demnach sind rund 73 Prozent der Empfänger mit der Zustellung einverstanden <sup>5</sup> . Laut der Markt-Media-Studie lesen 25,4 Millionen Deutsche mindestens einmal pro Woche Mailings und Prospekte aus dem Briefkasten <sup>6</sup> .

<sup>1</sup> Verband Deutscher Papierfabriken (VDP)

<sup>2</sup> Umweltbundesamt

<sup>3</sup> TU Darmstadt, Prof. Dr.-Ing. Samuel Schabel, Fachgebiet Papierfabrikation und Mechanische Verfahrenstechnik

<sup>4</sup> Food and Agriculture Organization of the United Nations [www.fao.org/state-of-forests/en/](http://www.fao.org/state-of-forests/en/)

<sup>5</sup> ZMG „Werbeverweigerer 2019“

<sup>6</sup> VuMA Touchpoints 2020