

Bitte keine Werbung !

Aussagen des Hörtextes	richtig	falsch	eventuell richtig
a) Trotz der gesetzlichen Regelung gibt es eine Möglichkeit, sich vor der Werbung im Briefkasten zu schützen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b) Der Aufkleber „Bitte keine Werbung!“ kann bei allen Behörden kostenlos bezogen werden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c) Etwa ein Drittel aller Haushalte lehnt Briefkasteneinwürfe ab.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d) Die Ablehnung von Briefkasteneinwürfen ist in der Stadt höher als auf dem Land.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e) Es wird von Jahr zu Jahr mehr für Fernsehwerbung ausgegeben.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
f) Der Werbezuwachs lässt sich durch Aufkleber unterbinden.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
g) Werbung mit Druckschriften ist bedeutend billiger als Anzeigenwerbung in Zeitungen und Zeitschriften.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
h) In den letzten drei Jahren hat die Zahl der Werbebeilagen in Zeitungen und Zeitschriften um 9 % pro Jahr zugenommen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wieso hat man den Aufkleber „Bitte keine Werbung!“ auf dem Briefkasten?

Erklären Sie die folgenden Worte oder Ausdrücke aus dem Hörtext, indem Sie diese mit ihren eigenen Worten erklären!

Zettel _____

Unter Umständen _____

ein Ohr schenken _____

Werbemuffel _____

offenbar _____

verziern _____

Plaketten _____

verbindlich _____

Wasser abgraben _____

„Bitte keine Werbung“

Haben Sie auch so einen kleinen Zettel am Hausbriefkasten: "Bitte keine Werbung"? Vielleicht fühlen Sie sich ja genügend informiert; oder vielleicht halten Sie das für einen Beitrag zum Umweltschutz, damit nicht soviel Papier bedruckt und anschliessend gleich wieder weggeworfen wird. Unter Umständen hat man nicht mal einen Blick drauf geworfen. Wenn dem so sein sollte, dann müssen Sie jetzt der bitteren Wahrheit ein Ohr schenken: Es hilft nichts! Die Werbemuffel können die Werbeflut nicht aufhalten. Hroswitha Röhrich ist der Sache nachgegangen:

Manche Leute sind offenbar überhaupt nicht neugierig zu erfahren, wann ihr Supermarkt wieder Sonderangebote bereithält, wann es die rechte Zeit ist, um Balkon oder Garten zu bepflanzen, oder ob um die Ecke ein neuer Kosmetiksalon eröffnet hat. Sie verzieren ihren Briefkasten mit dem Aufkleber "Bitte keine Werbung einwerfen". Die Plaketten können kostenlos bei den Verbraucherverbänden bezogen werden. Und die Unternehmen, die die unadressierte Werbung verteilen lassen, müssen die Aufforderung ernst nehmen. Sie sind gehalten, ihre Hausfrauen und Schüler, die meistens derartige Werbung von Haus zu Haus tragen, dahingehend zu informieren, dass die Aufkleber verbindlich sind. So das Urteil des Bundesgerichtshofs Ende 1988.

Wie weit sind diese Aufkleber verbreitet? Untersuchungen des Deutschen Direktmarketing-Verbandes in Wiesbaden haben ergeben, dass im Durchschnitt drei bis vier Prozent aller privaten Haushalte die Briefkasteneinwürfe ablehnen. Das schwankt je nach der Bevölkerungsstruktur. In ländlichen Gebieten ist man für derartige Informationen recht dankbar, in städtischen Gebieten, in denen man sich auch direkt informieren kann, liegt die Ablehnung bei bis zu 10 Prozent.

Haben die Aufkleber nun irgendeine Wirkung auf die Menge der Werbezettel gehabt? Es sieht nicht so aus. Schaut man sich die Produktionsstruktur der Druckindustrie an, so nimmt gerade der Bereich Werbedrucke von Jahr zu Jahr zu. Auch die Fernsehwerbung hat der gedruckten Werbung bisher nicht das Wasser abgraben können. Der Bundesverband Druck in Wiesbaden erwartet, dass die Werbung mit Druckschriften weiterhin stärker zunehmen wird als die Anzeigenwerbung in Zeitungen und Zeitschriften, die ja auch ungleich teurer ist. Bereits in den letzten drei Jahren hat die Zahl der Kataloge und Werbedrucke jedes Jahr um neun Prozent zugelegt. Dazu gehören sowohl die Werbebeilagen in Zeitungen, Zeitschriften und Anzeigenblättern als auch die Werbesendungen, die von der Bundespost und privaten Unternehmen verteilt werden.