



## Richtlinien Auslegung zur Rechtswirkung des «Stopp Werbung»-Klebers

1. Der «Stopp Werbung»-Kleber verbietet die Zustellung von unadressierter kommerzieller Kommunikation.
2. Der «Stopp Werbung»-Kleber verhindert nicht die Zustellung von
  - Sendungen von Behörden, von Verwaltung und öffentlichen Unternehmen des Bundes, von Kantonen und Gemeinden, soweit diese Absender mit ihren unadressierten Sendungen nicht vorwiegend kommerzielle Zwecke verfolgen;
  - Amtlichen Anzeigern und anderen amtlichen Publikationsorganen;
  - Sendungen von politischen Parteien;
  - Sendungen von überparteilichen Komitees, die in einem konkreten Zusammenhang mit bevorstehenden Wahlen und Abstimmungen stehen;
  - Sendungen nicht kommerzieller Natur, die dem Informationsbedürfnis einer breiten Öffentlichkeit entsprechen (beispielsweise Blutspendeaufrufe / Informationen über Bauvorhaben / Lärm oder Verkehr / Unterbruch von Versorgungsleitungen wie Strom, Wasser, Gas, Telefon / Sirenentests);
  - Sendungen von Entsorgungs-/Recyclingunternehmen (Kleider- und Schuhsäcke, Batteriebags usw.);
  - Sendungen von gemeinnützigen, steuerbefreiten Non-Profit-Organisationen, die zum Beispiel von der Stiftung ZEWO (Schweizerische Zertifizierungsstelle für gemeinnützige, Spenden sammelnde Organisationen; [www.zewo.ch](http://www.zewo.ch)) zertifiziert sind; nicht aber von kommerziellen Prospekten mit Shopartikeln.
3. Der «Stopp Werbung»-Kleber verhindert zudem nicht die Zustellung von Publikationen, die folgende kumulativen Voraussetzungen erfüllen:
  - Sie beinhalten keine Empfehlungen zu Produkten oder Dienstleistungen des Absenders oder Auftraggebers des Absenders dieser Publikation (keine Werbung in eigener Sache); und
  - deren Inhalte wurden in der Verantwortung einer vom Verlag oder des Herausgebers der Publikation personell und organisatorisch getrennten Redaktion verfasst.
4. Wer sich darauf beruft, den «Stopp Werbung»-Kleber missachten zu dürfen, muss die dafür notwendigen Voraussetzungen beweisen können.

Zürich, 10. Mai 2017