U. NUSKO

Laschenwerbung: Nervt viele Briefkastenbesitzer (gestelltes Bild)

«Herausragendes» Signal an Einbrecher

Laschenwerbung: Post gewichtet Profit höher als Kundenschutz

Laschenwerbung verärgert viele Kunden: Die aus dem Briefkasten hängende Lasche sei eine Einladung für Einbrecher. Doch die Post will nicht auf diese Einnahmequelle verzichten.

Nick Sigrist geht es wie vielen K-Tipp-Lesern: Es nervt ihn, dass die Post in seinem Briefkasten regelmässig Laschenwerbung deponiert. Dabei hängt ein Streifen mit einem Werbespruch aus dem Schlitz. Sigrist reklamierte bei der Post seines Wohnorts in Frick AG und verlangte, dass sie künftig keine Laschenwerbung in seinen Briefkasten stecke.

Doch die Post bleibt stur und schreibt ihm: «Aus betriebswirtschaftlichen Gründen ist eine Selektion von erwünschten oder unerwünschten Werbesendungen nicht umsetzbar.» Auf Anfrage des K-Tipp bestätigt Post-Sprecher Bernhard Bürki, dass es nicht möglich sei, nur noch Werbung ohne Lasche im Briefkasten zu haben.

Was die Post verschweigt: Mit der Laschenwerbung verdient sie viel Geld. Der Slogan «Die herausragende Lasche als starkes Signal» auf der Post-Homepage soll Firmen dazu verleiten, Werbung durch die Post verteilen zu lassen. Die auffällige Lasche an den Briefkästen ziehe die Aufmerksamkeit auf sich, verspricht die Post potenziellen Kunden. Und weiter: «Sie verschafft Ihnen bei Ihren Zielpersonen einen Sympathiebonus.»

Von Sympathiebonus kann bei Nick Sigrist allerdings keine Rede sein. Er fürchtet vielmehr, dass mit der ärgerlichen Laschenwerbung Kriminelle auf den Plan gerufen werden. «Die Einbrecher freuen sich zu sehen, wo abends der Briefkasten noch nicht geleert wurde», ist Sigrist überzeugt.

Laschenwerbung: Freitags nie

Erstaunlich: Die Post selber gibt zu, dass die Laschenwerbung Einbrecher anziehen könnte, wie Sprecher Bernhard Bürki gegenüber dem K-Tipp einräumt. Deswegen werde Werbung mit Lasche nur von Montag bis Donnerstag zugestellt. «Falls am Folgetag die Lasche noch aus dem Briefkasten hängt, schiebt der Pöstler das Mailing ganz in den Briefkasten», beteuert Bürki. Zudem stelle die Post mit diesem Vorgehen sicher, «dass nicht der Eindruck erweckt wird, die Bewohner könnten in den Ferien sein». Ob sich die Pöstler stets an die Anweisung halten und die Lasche nach maximal 24 Stunden entfernen, ist jedoch fraglich.

Die Post betont, Laschenwerbung werde ausschliesslich in Briefkästen ohne den Aufkleber «Bitte keine Werbung» gesteckt. Einen solchen Kleber hat Nick Sigrist nicht. Denn er möchte «normale» Werbung weiterhin erhalten.

Sibilla Bondolfi

TIPPS

Stopp-Kleber für den Briefkasten

- Mit dem Kleber «Bitte keine Werbung» auf dem Briefkasten sollte gewährleistet sein, dass Sie keine unadressierte Werbung wie die Laschenwerbung erhalten.

  Einen solchen Kleber gibts auf Wunsch kostenlos beim K-Tipp. Bestellungen mit einem adressierten und frankierten Antwortcouvert senden an: K-Tipp, «Stopp Werbung», Postfach 431, 8024 Zürich
- Falls Sie auch keine adressierte Werbung möchten, lassen Sie sich auf die Robinsonliste des schweizerischen Dialogmarketing-Verbands setzen: Das funktioniert im Internet unter www.sdv-asmd.ch oder per Post: SDV-Robinsonliste, Postfach, 6343 Rotkreuz.