

[Zurück zur Übersicht](#)

[Drucken](#)

Post AG - Direct Mail

01.12.2023

ent scheidung

Die eingebrachte Beschwerde fällt nicht in den Kompetenzbereich des Österreichischen Werberates. Der Österreichische Werberat zeichnet für die inhaltliche Beurteilung von Wirtschaftswerbung, anhand des Ethik Kodex der Österreichischen Werbewirtschaft, zuständig.

Der/die BeschwerdeführerIn wurde darüber informiert, welche Institution sich der Angelegenheit annimmt.

Der Beschwerdefall ist hiermit abgeschlossen.

be schwerde

Ich reiche nachstehende Beschwerde ein:

Beschwerdebezogener: Österr. Post AG , Rochusplatz 1, 1030 Wien
wegen Verletzung ethischer Grundsätze und dem Grundsatz der
Wahrheitspflicht in der Werbung.

Ich begründe wie folgt:

Die Österr. Post AG hat bereits vor Jahren auf Grund einer Entscheidung der EU die Sammelbriefkästen in Miethäusern in das Eigentum des jeweiligen Hauseigentümers übergeben und sich von allen Erhaltungsmaßnahmen und allen Handlungen, die mit dem Eigentum in Zusammenhang stehen verabschiedet. Seither obliegen alle Maßnahmen den Hauseigentümern. Soweit so gut!

Nunmehr versendet die Post AG (siehe Beilage) Schreiben an die Haushalte bzw. an alle Mieter, dass diese einen übersandten Sticker auf die vorgenannten Sammelbriefkästen aufkleben sollen. Dadurch würden diese Bewohner in einen näher beschriebenen Vorteil kommen.

Das widerspricht allen ethischen Grundsätzen, denn die Post AG fordert damit Mieter auf in das Eigentum des Hauseigentümers einzugreifen, denn ohne Zustimmung des Eigentümers kann kein Mieter irgend etwas anbringen. Das ist Aufruf zur Besitzstörung. Eine Handlung die man sich

..... nicht tun, würden leer ausgehen. Weiters heißt es in der Zuschrift der Post AG wer den Flugblatt-Sticker angebracht hat wird diese und andere Rabatt-Sticker regelmäßig erhalten.

Das kann so nicht stimmen und ist lebensfremd. Denn die Post AG muss alle zum Versand durch die Auftraggeber beauftragten Poststücke (Flugblätter bzw. Kuvert genannt) verteilen. Es ist sicher nicht so, dass ein Briefträger (nunmehr Zusteller genannt) vorweg durchgeht und alle Brieffächer befüllt, die den grünen Sticker aufgeklebt haben. Ein paar Tage später geht dann sicher kein zweiter Zusteller durch und betreibt jene Brieffächer, die das grüne Pickerl nicht haben. Schließlich müssen die Flugblätter alle ausgetragen werden, sonst würde niemand mehr die Post AG beauftragen.

Somit hat man die Bewohner bzw. Mieter arglistig getäuscht und den Grundsatz der Wahrheit verletzt.

In Wirklichkeit ist es so, dass die Post AG mit dieser Textierung einen falschen Eindruck vermitteln und durch diese Wortwahl ihren Kunden (Auftraggebern) gefällig sein will. Denn wenn die Bewohner der Miethäuser nicht "neugierig" auf Vorteile bzw. Flugblätter gemacht werden, dann wird keine Handelskette mehr über die Post AG etwas verteilen lassen. Das ist der tiefere Hintergrund. Eine Marketing-Maßnahme der Post AG!

Ich beantrage die Post AG in den genannten Punkten der Verletzung der Sorgfaltspflichten schuldig zu erkennen.

Mit vorzüglicher Hochachtung

DSGVO IMPRESSUM

