

# Für Bürokratieabbau, Informationsfreiheit und Medienvielfalt

## Anzeigenblätter in Deutschland und ihre Spitzenorganisation

Anzeigenblätter sind Presseprodukte, die kostenlos mindestens einmal wöchentlich an die Haushalte eines festumrissenen Gebietes verteilt werden. Sie weisen im Schnitt 30 bis 40 Prozent redaktionelle Inhalte auf und erscheinen in einer wöchentlichen Auflage von über 79 Millionen Exemplaren.

Die kostenlosen Wochenblätter leisten durch ihre Lesernähe, lokale Kompetenz und Berichterstattung über Lokalpolitik und lokal relevante Themen wie z. B. das Ehrenamt einen wichtigen Beitrag zur Presse- und Meinungsvielfalt, dem demokratischen Gemeinwesen und der engagierten Bürgergesellschaft. Durch die nahezu flächendeckende Verteilung ist das Wochenblatt ein Medium, welches digitale Blasen durchbrechen und Falschinformationen und Hetze vorbeugen kann. Anzeigenblätter werden bundesweit von mehr als 50 Millionen Menschen über 14 Jahren gelesen.

Die redaktionelle Arbeit der kostenlosen Anzeigenblätter wird durch die enthaltene Werbung finanziert. Die werblichen Inhalte stammen aus dem direkten Umfeld der Leser/innen. Somit erfüllen Anzeigenblätter auch eine wichtige Funktion für die Orientierung beim Einkauf und für den lokalen/stationären Handel.

Der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e.V. (BVDA) ist die Spitzenorganisation der deutschen Anzeigenblattverlage. Ihm gehören 199 Verlage mit 820 Titeln und einer Wochenauflage von 59,7 Mio. Exemplaren an. Der Verband repräsentiert damit 76 Prozent der Gesamtauflage der deutschen Anzeigenblätter.

## Finanzielle Unterstützung als Demokratie- und Infrastrukturförderung

Die kostenlose Grundversorgung der Bevölkerung mit lokaler Berichterstattung und werblichen Informationen durch Anzeigenblätter stellt ein wichtiges öffentliches Gut in unserer demokratischen Gesellschaft dar. Als Presseprodukte sind Anzeigenblätter durch Art. 5 des Grundgesetzes in besonderem Maße geschützt und wurden von Bundes- und Landesbehörden bereits zu Beginn der Corona-Krise als systemrelevant eingestuft.

Studien aus der USA zeigen: Dort, wo es keinen Lokaljournalismus mehr gibt, nimmt die Korruption zu und die Wahlbeteiligung sinkt. Wenn es zu „weißen Flecken“ bei der Versorgung mit journalistischen Informationen kommt, droht ein eklatanter Verlust an demokratischer Teilhabe und die Gefahr, dass demokratiefeindliche Kreise diese Nischen besonders intensiv für eigene (mediale) Aktivitäten nutzen, weil das Korrektiv der unabhängigen und unparteiischen Presse fehlt. Vor diesem Hintergrund sollten Anzeigenblätter im Rahmen einer Demokratieförderung finanziell dabei unterstützt, die Bevölkerung weiterhin mit lokaljournalistischen Informationen zu versorgen.

In der Printmedienbranche gefährden vor allem steigende Kosten die flächendeckende Zustellung und die Vielfalt der lokalen Presse. Einsparungen in der Redaktion und zunehmende Konzentrationsprozesse im Medienbereich sind unerwünschte Folgen, die sich schon heute abzeichnen. Erste Verlage haben bereits ganze Titel vom Markt genommen oder ihre Verteilgebiete verkleinert und die Häufigkeit ihrer Erscheinungsweise reduziert. Ohne flankierende finanzielle Maßnahmen wird sich dieser Prozess fortsetzen und sogar noch verstärken.

Ein staatliches Förderinteresse auf die immer kostenintensivere Zustellinfrastruktur auszurichten, wäre somit ein stringenter und zeitnah dringend umzusetzender Ansatz, um die Presse- und Meinungsvielfalt in Stadt und Land gleichermaßen zu erhalten.

Die von der Bundesregierung für das Jahr 2021 vorgesehene Presseförderung in Höhe von maximal 220 Mio. Euro ist kurz vor der geplanten Umsetzung aufgrund verfassungsrechtlicher Bedenken gescheitert. Für die Anzeigenblattbranche wäre das geplante Vorhaben in seiner Ausgestaltung als reine Digitalförderung an den realen Bedürfnissen der Gattung vorbeigegangen. Nahezu alle Anzeigenblatttitel in Deutschland werden

bereits als E-Paper zum kostenlosen Download angeboten. Die Mehrheit der Verlage besitzt Nachrichtenportale auf eigenen Webseiten. Trotzdem können die redaktionellen Inhalte der Anzeigenblätter nicht ausreichend über digitale Geschäftsmodelle finanziert werden. Selbst Tageszeitungen setzen aus diesem Grund mittlerweile fast ausschließlich auf Paid-Content Angebote, um die Redaktionen weiterhin angemessen finanzieren zu können. Bei den kostenlosen Anzeigenblättern kommt erschwerend hinzu, dass die notwendigen Skaleneffekte für eine lohnenswerte digitale Aussteuerung von Werbung schon aufgrund der zumeist rein lokalen Relevanz der Inhalte nicht erreicht werden können. Das Printgeschäft wird somit auf absehbare Zeit das finanzielle Standbein für die Versorgung der Bevölkerung mit redaktionellen Inhalten bleiben. So bedauerlich das Scheitern der Digitalförderung ist, eröffnet dies jedoch aus Sicht des BVDA die Chance für die Politik, ab der kommenden Legislaturperiode ein verfassungskonformes Fördervorhaben auf den Weg zu bringen, welches angemessen zur Unterstützung der kostenlosen Lokalzeitungen beitragen kann. Auch die bereits eingeplanten Haushaltsmittel sollten, wie ursprünglich im Koalitionsvertrag zur 19. Legislaturperiode vorgesehen, für die Sicherung der Zustellung eingesetzt werden.

Der BVDA fordert daher eine staatliche Unterstützung für den Vertrieb von kostenlosen Zeitungen, damit diese ihre wichtigen Funktionen in unserer demokratischen Gesellschaft auch zukünftig weiter nahezu flächendeckend wahrnehmen können. Vor der Umstellung auf eine reine Digitalförderung wurde dafür ein auflagenbasierter Förderansatz im Rahmen der Bundesförderung entwickelt. Dieser kam bereits im Jahr 2020 erfolgreich im Rahmen einer Corona-Sonderförderung des Landes Bayern für Anzeigenblattverlage zur Anwendung und hat sich als objektive, wirksame und redaktionsunabhängige Unterstützung der Verlage erwiesen.

Der BVDA ist offen für alternative Ansätze in der Förderung, solange diese dabei unterstützen, die Versorgung der Bevölkerung mit lokaljournalistischen Informationen weiterhin gewährleisten zu können. Zusätzlich fordert der BVDA eine gezielte Unterstützung der deutschen Anzeigenblattlandschaft, indem die Gattung bei der Vergabe staatlicher Werbemaßnahmen mit angemessenen Auftragsvolumina berücksichtigt wird. Die Eignung der Gattung Anzeigenblatt für eine flächendeckende Informationsübermittlung hat sich vor allem in der Corona-Krise erneut gezeigt: Anzeigenblätter haben behördliche Anordnungen der jeweiligen Kommunen kommuniziert und über Hilfsangebote berichtet, die insbesondere ältere Menschen sonst nicht auf rein digitalen Kanälen erreicht hätten.

## Freier Zugang zu Briefkästen und Informationen

Seit dem Ausbruch der Corona-Pandemie ist der Zugang zu kostenlosen lokalen Informationen für die Menschen in Deutschland noch bedeutender geworden. Umso wichtiger ist es, dass dieser Zugang ohne zusätzliche Hürden erhalten bleibt. Deswegen appelliert der BVDA an die Politik, sich im Sinne des Lokaljournalismus zu positionieren und Initiativen, die den freien Zugang zu Briefkästen nahezu unmöglich machen wollen, eine klare Absage zu erteilen.

Jeder Haushalt in Deutschland hat die Möglichkeit, der Zustellung von kostenlosen Zeitungen per Aufkleber am eigenen Briefkasten einfach und rechtssicher zu widersprechen. Die Verlage nehmen Zustellverbote ernst und schulen alle Zusteller/innen diesbezüglich umfangreich. Im Rahmen einer Freiwilligen Selbstverpflichtung informieren die Verlage zusätzlich in jeder Ausgabe über diese Abbestellmöglichkeit.

Eine Umstellung auf eine sogenannte Opt-In Regelung, wie sie jüngst von der Deutschen Umwelthilfe und der Initiative „Letzte Werbung“ gefordert wurde, wäre daher weder erforderlich noch verhältnismäßig. Zum einen würde die Werbefreiheit der Unternehmen unnötigerweise massiv eingeschränkt. Zum anderen würde eine Umstellung der Aufkleberregelung selbst nur für nicht adressierte Werbepost auch negative Folgen für die Medienvielfalt im Lokalen haben. Schließlich wäre es Verbraucher/innen wohl nicht mehr vermittelbar, dass für Werbepost ein „Bitte Werbung“ Aufkleber gilt und für kostenlose Presseprodukte die umgekehrte Opt-Out Regelung „Bitte keine kostenlosen Zeitungen“. Somit bestünde die große Gefahr, dass eine Opt-In Regelung im Ergebnis auch für Anzeigenblätter zur Anwendung käme. Dies wäre mithin ein dramatischer Kollateralschaden für die Medienvielfalt gerade in ländlichen Gebieten, der politisch nicht zu rechtfertigen wäre.

Der BVDA fordert daher die grundsätzliche Beibehaltung der aktuellen Aufkleberregelung zum Werbeverzicht an Briefkästen. Gerade vor dem Hintergrund der Corona-Krise und den wirtschaftlichen Folgen für den lokalen Handel sowie für die Verlage, sollten hier seitens der Bundesregierung keine Steine in den Weg gelegt werden. Dies betrifft gleichermaßen die Forderung der Deutschen Umwelthilfe, jeden gedruckten Werbeprospekt mit einer Strafsteuer von 0,20 Euro zu belegen, die der BVDA ebenfalls ablehnt.

## Verdienstgrenzen für Minijobs anpassen

Die monatliche Verdienstgrenze von geringfügig Beschäftigten liegt derzeit bei 450 Euro und ist seit dem 1. Januar 2013 nicht mehr angepasst worden. Seitdem ist jedoch auf dem Arbeitsmarkt viel passiert: Der Mindestlohn wurde eingeführt und im Zuge der regelmäßigen Überprüfung durch die Mindestlohnkommission bereits mehrfach erhöht. Im Laufe des Jahres 2021 wird ein Mindestlohn von 9,60 Euro gelten.

Durch den steigenden Mindestlohn bei gleichzeitig starren Verdienstgrenzen können die größtenteils geringfügig beschäftigten Anzeigenblattzusteller/innen immer weniger Arbeitsstunden im Rahmen ihrer Tätigkeit leisten. Für die Verlage stellt sich neben der aufwendigen Zustellersuche auch das Problem, dass die einzelnen Zustellbezirke vor diesem Hintergrund regelmäßig neu zugeschnitten und verkleinert werden müssen.

Der BVDA fordert daher eine sofortige Anhebung der Verdienstobergrenze für geringfügig Beschäftigte auf monatlich 530 Euro sowie eine Kopplung an die Entwicklung des Mindestlohns. Durch diese Anhebung und Dynamisierung kann den Veränderungen am Arbeitsmarkt Rechnung getragen und den geringfügig Beschäftigten ermöglicht werden, von steigenden Mindestlöhnen zu profitieren.

## Jugendliche sollen auch sonntags zustellen dürfen

Bislang dürfen zwar volljährige Zusteller/innen Presseerzeugnisse an Sonntagen austragen, Minderjährige jedoch nicht. Dies verschärft den derzeit herrschenden Arbeitskräftemangel und schränkt Jugendliche in ihren Entfaltungsmöglichkeiten ein, die gerade an Sonntagen ihrem Nebenjob als Zusteller/innen nachgehen möchten, wenn sie weniger stark in schulische Verpflichtungen eingebunden sind.

Um dies zu ermöglichen, sollte die Ausnahmeregelung des Arbeitszeitgesetzes zur Sonntagsbeschäftigung im Bereich der Zustellung von Presseerzeugnissen in das Jugendarbeitsschutzgesetz übernommen werden. Dies erscheint bei der Zustellung tagesaktueller Presseprodukte besonders gerechtfertigt, da auch andere Tätigkeiten von Jugendlichen an Sonntagen ausgeführt werden dürfen, wenn sie sich nicht auf Werktage verschieben lassen.

### Ihre Ansprechpartner/innen

**Dr. Jörg Eggers**  
**Hauptgeschäftsführer**  
Telefon: 030 72 62 98 - 2812  
E-Mail: [eggers@bvda.de](mailto:eggers@bvda.de)

**Carina Brinkmann**  
**Leiterin Nachhaltigkeit und Politik**  
Telefon: 030 72 62 98 - 2814  
E-Mail: [brinkmann@bvda.de](mailto:brinkmann@bvda.de)

### Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter e. V.

Haus der Presse  
Markgrafenstraße 15  
10969 Berlin

Telefon: 030 72 62 98 - 2818  
Telefax: 030 72 62 98 - 2800

E-Mail: [info@bvda.de](mailto:info@bvda.de)  
[www.bvda.de](http://www.bvda.de)