



BVDA Pressemitteilung

"Wochenblätter beweisen in der Corona-Krise ihre Relevanz für den lokalen Leser- und Werbemarkt"

Verbände und Politik bewerten beim Netzwerk-Format VITAL LOKAL die aktuelle Situation in der lokalen Handels- und Medienlandschaft.

Die Wochenblätter in Deutschland haben ihre wichtige Rolle als Lieferant für lokale Informationen auch in der Corona-Krise bewiesen. Gerade in der Zeit nach dem Lockdown zeigte sich ihre Relevanz als Plattform für den Handel, Handwerk und Mittelstand vor Ort. Die Wochenblätter können mit ihren Anzeigen und Beilagen einen entscheidenden Beitrag dazu leisten, dass die Konsumstimmung vor Ort wieder belebt wird. Mit ihrem redaktionellen Umfeld, das vor allem den Nahbereich kontinuierlich und journalistisch abbildet, genießen sie in der Bevölkerung eine hohe Reputation. Das sind die Ergebnisse des heutigen Netzwerkformats VITAL LOKAL des Bundesverbands Deutscher Anzeigenblätter (BVDA).

Unter dem Motto "Zukunft wird vor Ort gemacht – Auswirkungen der Corona-Krise auf die lokale Handels- und Medienlandschaft" trafen sich heute Politiker, Verbandsvertreter, Journalisten und Mitarbeiter aus Ministerien zu einem virtuellen Morgendialog. Die Teilnehmer diskutierten in dem Webformat vor allem, welche Bedeutung den kostenlosen Wochenblättern und dem lokalen Handel künftig zukommt und wie sich die Corona-Krise auf ihre wirtschaftliche Entwicklung auswirken wird.

Wochenblätter bleiben wichtiger Bestandteil der Handelswerbung

Dr. Kai Hudetz, Geschäftsführer des Instituts für Handelsforschung (IFH) Köln, zeigte in seinem Impuls auf, dass die kostenlosen Wochenblätter wichtiger Bestandteil der Handelswerbung bleiben. Speziell ihre Pushfunktion und Abverkaufswirkung könne in dieser Ausprägung nicht durch digitale Alternativen ersetzt werden. Außerdem stellte der E-Commerce-Experte fest, dass die Verschiebungen zum Onlinehandel im Laufe der Corona-Krise zwar deutlich zugenommen hätten. Schwerer wiege jedoch der Konsumverzicht, den sich viele Verbraucher auferlegt hätten. Diese Entwicklung sowie die stärkere Rückbesinnung der Menschen auf den eigenen Nahbereich eröffneten Potenziale für lokale Händler und Medien. Dabei komme es darauf an, die Verbraucher mit cleveren

Kampagnen und Vermarktungsideen für den stationären Handel und seine Produkte zu begeistern. Dies sei auch deshalb erforderlich, weil sich durch die Krise bedingt weitere Marktanteile in Richtung Amazon verschieben würde. "Indem sich Amazon mittlerweile auch im Feld klassischer Werbung betätige, erwächst den kostenlosen Wochenblättern und anderen lokalen Medienangeboten zusätzliche Konkurrenz – und dies in einer bereits angespannten wirtschaftlichen Situation", sagte Hudetz.

Systemrelevant: Wochenblätter in der Corona-Krise

BVDA-Hauptgeschäftsführer Dr. Jörg Eggers zog ein erstes Fazit zur aktuellen wirtschaftlichen Situation der Wochenblattverlage. Sie verfügten über ein funktionierendes Geschäftsmodell, das nach früheren Beeinträchtigungen durch staatliche Regulierungen nun auch noch mit zusätzlichen weiteren externen Belastungen zu kämpfen habe. "Viele Verlage sind in der Corona-Krise ihrer publizistischen Verantwortung gerecht geworden und haben den Bürgerinnen und Bürgern relevanten lokalen Journalismus kostenlos direkt in ihre Haushalte geliefert – und dies bei nahezu unverändert hohen Kosten bei Produktion und Vertrieb", betonte Eggers. Als Beispiel nannte er die Initiative gegen Falschmeldungen, die der BVDA gemeinsam mit dem Recherchenetzwerk CORRECTIV ins Leben gerufen hat.

Corona-Krise: BVDA fordert Neubewertung der Zustellförderung

Insgesamt konnten die staatlichen Unterstützungsmaßnahmen die zurückgegangenen Umsätze nur in begrenztem Umfang abfedern. Daher forderte der BVDA-Hauptgeschäftsführer mit Blick auf die Bedeutung der lokalen Medien, deren gewachsene Logistikstrukturen zu sichern: "Die im Bundeshaushalt verabschiedete Zustellförderung für Anzeigenblätter und Tageszeitungen muss vor der aktuellen Entwicklung neu bewertet werden. Die geplanten 40 Millionen Euro müssen deutlich aufgestockt werden, damit eine Grundversorgung mit lokalen Informationen weiterhin gewährleistet bleiben kann", sagte Eggers. Dies spiele nicht nur, aber auch unter dem Aspekt der postulierten gleichwertigen Lebensverhältnisse von Stadt und Land eine wichtige Rolle. Außerdem forderte er, dass die konzeptionellen Voraussetzungen für die Zustellförderung schnell und unkompliziert umgesetzt werden.

Über den Verband:

Der Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter vertritt als Spitzenorganisation seit seiner Gründung am 3. Juli 1987 die Interessen der Verlage der kostenlosen Wochenzeitungen in Deutschland. Dem BVDA gehören 199 Verlage mit insgesamt 820 Titeln und einer Wochenaufgabe von 59,7 Millionen Exemplaren an. Damit repräsentiert der BVDA rund 75 Prozent der Gesamtauflage der deutschen Anzeigenblätter. Anzeigenblätter werden bundesweit von mehr als 50 Millionen Menschen über 14 Jahren gelesen.

Ihre Ansprechpartnerin

Michaela Steinhauser

Leiterin PR und Kommunikation

[steinhauser\(at\)bvda.de](mailto:steinhauser(at)bvda.de)