

# GESCHICHTE + ENTSTEHUNG

## Anzeigenblatt

Ein Anzeigenblatt ist ein Printmedium und gehört der Gattung der Zeitung an. Klassischerweise wird ein Anzeigenblatt kostenlos abgegeben und finanziert sich hauptsächlich durch Anzeigen. Es besteht eine Vielzahl von Synonymen wie Anzeigenzeitung, (kostenlose) Wochenzeitung, Wochenblatt oder Stadtteilzeitung.

Anzeigenblätter sind nach der Definition des Bundesverbandes Deutscher Anzeigenblätter (BVDA) Presseprodukte, die kostenlos mindestens 12-mal im Jahr in regelmäßigen Abständen an die Haushalte eines fest umrissenen Gebietes flächendeckend verteilt werden.

## Anzeigen und Beilagen

Anzeigenblätter enthalten typbedingte viele Anzeigen, sowohl des Handels (unter anderem Discounter, Fachgeschäfte z. B. für Elektronik, Bauen etc.) als auch private und geschäftliche Kleinanzeigen (unter anderem Immobilien, Kfz, Stellen, Kontakte). Hierbei sind alle gängigen Sonderwerbformen möglich.

Aus Sicht der Werbetreibenden ist die hohe Haushaltsabdeckung ein wesentlicher Grund für die Anzeigenschaltung.

## Geschichte

Das „Intelligenzblatt“ war die erste Form eines Anzeigenblattes. Allerdings stellte es nicht etwa besondere Anforderungen an die Intelligenz, sondern es wendete sich an jeden, der sich informieren beziehungsweise „Einsicht“ nehmen wollte (intelligere). Ihre Geschichte begann in Frankreich. 1612 eröffnete der Pariser Arzt Thèophraste Renaudot (1586-1653) ein Annoncenbüro („bureau d'adresses“). Eigentlich sollte es eine gemeinnützige Jobbörse für Vagabunden werden, etablierte sich aber als Infobörse aller Art von Käufen, Verkäufen, offenen Stellen oder Reiseangelegenheiten. Die Nachfrage war so groß, dass die Angebote ab 1631 als „Feuille du bureau d'adresses“ („Blatt des Adressenbüros“) periodisch publiziert werden durfte und auch kostenlos verteilt wurde. Das Anzeigenblatt-Modell war geboren. Das erste Intelligenzblatt in deutschsprachigen Gebieten erschien am 1. Januar 1722 in Frankfurt am Main. Bis ca. 1840 war das Anzeigenmonopol häufig den Intelligenzblättern staatlich zugeordnet. Dass in der Regel nur Anzeigen publiziert werden durften, hatte auch Vorteile: Intelligenzblätter bleiben zum Bei-



spiel von der napoleonischen Zeitungs-Verbotswelle des Jahres 1810 verschont.

Bis ca. 1930 war der Name „Intelligenzblatt“ gebräuchlich. Der Historiker Friedrich Huneke verzeichnete 188 Gründungen an 166 Orten. Sein Kollege, der Bremer Presseforscher Professor Holger Böning, schätzt ihre Zahl auf mindestens 220 allein im 18. Jahrhundert (deutschsprachiger Raum). Die ZDB ([www.Zeitschriftendatenbank.de](http://www.Zeitschriftendatenbank.de)) weist rund 560 aus. Heute gibt es in Deutschland nur noch eine Anzeigenzeitung, die sich so nennt in Bayern (Dorfen). Mit der Machtübernahme der Nationalsozialisten in Deutschland 1933 wurde die Freiheit der Medien Schritt für Schritt abgeschafft. Betroffene waren auch Anzeigenblätter.

Mit Bekanntmachung des Werberates der Deutschen Wirtschaft vom 20. Oktober 1934 wurde es den meisten verboten, Fremdanzeigen zu veröffentlichen, und sie durften nicht mehr gratis verteilt werden, sondern mussten einen Bezugspreis erheben. Damit wurden vielen Titeln die wirtschaftliche Grundlage entzogen.

## Älteste Titel Deutschlands in der Vor- und Nachkriegszeit

Am 21. September 1949 wurde die Generallizenz erteilt: Deutsche, die nicht beschuldigt waren (Entnazifizierung), durften eine Zeitung herausgeben. Anzeigenblätter erschienen zunehmend wieder bzw. wurden neu gegründet. Zu den ältesten heute noch am Markt befindlichen gehören die 1931 gegründete Eschweiler Filmpost und der 1879 in Annweiler (Rheinland-Pfalz) gegründete „Trifels Kurier“. Er erschien nach heutiger Einschätzung erst ab ca. 1949 als Anzeigenblatt. Davor war er Wochen- und Tageszeitung. Der ursprünglich als lokales Pfarrnachrichtenblatt den Haushalten zugestellte „Westend Anzeiger“ (Gruppe Münchener Wochenanzeiger) erschien in München erstmals 1926. Ebenfalls zu den ältesten Titeln gehören der 1943 gegründete „Sendlinger Anzeiger“ (Gruppe Münchener

Anzeiger), die 1946 gegründeten „Lippischen Neuesten Nachrichten“ (Detmold) oder der „Kulmbacher Anzeiger“ (1949).

Zuletzt genannter Titel erschien zunächst als ein „Annoncenblatt“ auf nur zwei Seiten. Er publizierte ausschließlich Geschäftsanzeigen jeglicher Art. Redaktionelle Beiträge fehlten völlig. Mit dem Erscheinen des „Annoncen-Blatts“ allerdings bot sich vor allem dem Kulmbacher Einzelhandel eine gute Möglichkeit, seine Waren anzupreisen. Später erst kamen auch redaktionelle Beiträge hinzu. Ebenfalls zu den ältesten Titeln gehören jene, die in den 50er Jahren gegründet wurden. So zum Beispiel der „Lokalanzeiger Waldbröl“, der „Weilimdorfer Anzeiger“ oder das „Lagenhagener Echo/Wedemark Echo“ (alle 1950), der „Gemeinde Anzeiger“, der „Freiburger

Wochenbericht“ oder der „Amper Bote“ Stuttgarter Wochenblatt (1955), das „Heimat Echo“ aus Hamburg (1957), der „Kölner Wochenspiegel“ (1958) oder der „Saarbrücker Wochenspiegel“ (1959). Wurden im 18. und 19. Jahrhundert aus Intelligenz- bzw. Anzeigenblättern häufig Tageszeitungen, gab es Ende des 20. Jahrhunderts vereinzelt gegenläufige Entwicklungen: Kostenpflichtige Tages- oder Wochenzeitungen wurden in kostenlose Anzeigenblätter umgewandelt: der 1890 als Bremer Bürger-Zeitung gegründete „Bremer Anzeiger“ (1976), ebenso das 1946 gegründete Spandauer Volksblatt.

## Gründungswellen/Entwicklung Anzeigenblätter in Deutschland seit 1960

1964 gab es bereits 170 Wochenblätter bei wöchentlich 2 Mio. Exemplaren. Zwischen 1970 und 1985 kam es zu einem wahren Gründungsboom. Wurden 1970 insgesamt 335 Titel mit einer Auflage von 9 Mio. Exemplaren publiziert, waren es 1980 bereits 750

Der Titel wurde 1992 in eine kostenpflichtige Wochenzeitung umgestellt und erscheint seit 1994 als eine Lokalausgabe der Anzeigenzeitung Berliner Woche („Ihre Wochenzeitung“) allerdings nach wie vor unter dem Namen „Spandauer Volksblatt“. Ein ähnlich wechselndes Dasein weist der seit 1879 in Annweiler am Trifels publizierte „Trifels Kurier“ auf: Zuerst erschien er als normale kostenpflichtige Wochenzeitung, dann 1924 bis 1945 wurde er als Tageszeitung publiziert und ist seit ca. 1949 als kostenloses WOCHENBLATT in der Region etabliert („Bote vom Trifels: Anzeigen und Mitteilungen für Annweiler am Trifels“).

Titel mit 32 Mio. und 1985 49,7 Mio. Exemplare – fast 2/3 der Auflage, die heute zu verzeichnen ist. Zwischen 1990 (Wiedervereinigung) und 2000 entstanden weitere 300 Titel überwiegend in Ost-Deutschland.

## Nettowerbeumsatz

Die Titel finanzieren sich ausschließlich aus Werbeerlösen (Anzeigen und Beilagen).

## Erscheinungsweise und -tage

Die Mehrzahl der Titel (rund 97%) wird wöchentlich publiziert, in seltenen Fällen zweimal wöchentlich. Die Erscheinungstage liegen vor allem in der Wochenmitte und am Wochenende, besonders am

Sonntag, also an jedem Tag, an dem kaum regionale Abo-Tageszeitungen erscheinen.

## Layout, Druck und Seitenumfang

Die überwiegende Anzahl der Titel wird fast durchgehend vierfarbig gedruckt. Freisteller-Fotos oder Anreißer auf der ersten Seite sind keine Seltenheit. Manche Titel sind im Boulevard-, andere im klassischen Zeitungsstil gehalten. Der Seitenumfang bewegt sich meist zwischen 12 und 38 Seiten. Anzeigenblätter werden zu 90% in den klassischen Zeitungsformaten (Rheinisches, Berliner, Nordisches) sowie zu 10 % in kleine Tabloid-Format publiziert.

Die Frage, ob eine kostenlose Abgabe von Anzeigenblättern mit dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb vereinbar sei, musste höchstrichterlich geklärt werden.

Unter Bezugnahme auf den § 1 des UWG alter Fassung (vom 8. Juli

2004) („Wer im geschäftlichen Verkehre zu Zwecken des Wettbewerbs Handlungen vornimmt, die gegen die guten Sitten verstoßen[...]“) hatte der Bundesgerichtshof (GRUR 1969, 287 – Stuttgarter Wochenblatt 1) in seinem Urteil vom 18. Dezember 1968 die Zulässigkeit der unentgeltlichen Abgabe von Anzeigenblättern mit redaktionellem Teil noch bezweifelt.

Endgültige Klarheit bereitete der Bundesgerichtshof in seinem Urteil vom 26. März 1971 (GRUR 1971, 477 – Stuttgarter Wochenblatt 2). Es wurde das Recht der Bürger auf unentgeltliche Informationen sowohl redaktioneller als auch werblicher Art bestätigt.

## Einstufung der Anzeigenblätter als Presse

Weitere Urteile, in denen Anzeigenblätter als Presseprodukte mit entsprechenden Rechten gewertet wurden: LG Freiburg (6. Juni 1969), BKA Berlin (02/1978), LG Bonn (29. Mai 1979), OLG Hamm (15. November 1979) und LG Osnabrück (23. Mai 1984). Außerdem: BGH (1972, NJW), Freiburger Wochenbericht (1956), Hanseatische Oberlandgericht (Urteil v. 27. Januar 2005, 3 U 113/04, JurPC Web-Dok. 96/2005, Abs. 1- 68; Zitat: „Der Pressebegriff ist weit und formal aufzufassen, so fallen z. B. auch Anzeigenblätter darunter). Die Auslegung des Begriffs „Presse“ bestimmt sich nach formalen Kriterien, bezogen auf die Herstellungs- und Vervielfältigungsmethoden.

Geschützt werden daher alle zur Verbreitung an die Allgemeinheit geeigneten und bestimmten Druckerzeugnisse. Es verbietet sich eine nach dem Inhalt der Druckerzeugnissen vorgenommene Differenzierung. Andernfalls würde der Schutz der Pressefreiheit unzulässig verkürzt. Doch nicht nur Anzeigenblätter oder Tageszeitungen, sondern der Anzeigenteil (die Anzeige) selbst erfüllt die öffentliche Aufgabe der Presse mit und unterliegt deshalb ebenfalls generell der

Pressefreiheit. In seiner Südkurier-Entscheidung aus dem Jahre 1967 billigte das Bundesverfassungsgericht (BVerfG) dem Anzeigenteil die Eigenschaft von presserechtlich geschützten Nachrichten zu. Ausgehend von der Erkenntnis, dass von der Pressefreiheit nicht nur die Verbreitung eigener Meinung, sondern auch die reiner Nachrichten ohne eigene Stellungnahme erfasst wird, begründet das BVerfG (BverfGE 21, S. 271/278 ff. – Südkurier; 64 108/114f.) den Schutz von Anzeigen mit der Erwägung, dass auch diese Nachrichten darstellen.

Der Schutz des Anzeigenteils könne sich auch aus der Finanzierungsfunktion ergeben, nämlich für den Fall, dass dieser die unentbehrliche wirtschaftliche Voraussetzung für eine vom Staat unabhängige Presse ist. Diese Beurteilung der Anzeige und die sich daraus ergebenden presserechtlichen Konsequenzen gelten also z. B. sowohl für Tageszeitungen wie auch für Anzeigenblätter – unabhängig vom Umfang und Gestaltung des redaktionellen Teils (BGHZ – Entscheidung des Bundesgerichtshofs, 51 236/246 – Stuttgarter Wochenblatt 1; AfP 1992, 65/67 – Amtszeiger).

## Trennung redaktioneller Teil und Werbung

Wie für alle Medien gilt für Anzeigenblätter das Trennungsgebot für redaktionelle Inhalte und Werbung. Alles andere wäre sog.

Schleichwerbung und ist nach dem Wettbewerbsrecht (§ 4 Nr. 3 UWG) nicht zulässig.