

Gremium	Termin	Status
Ortsbeirat Gartenstadt	08.06.2022	öffentlich

**Anfrage der CDU-Ortsbeiratsfraktion
Abladeplätze und Verteilung des Wochenblattes**

Vorlage Nr.: 20225054

Stellungnahme



Wer ist für das Wochenblatt zuständig

Herausgeber des Wochenblatts ist die SÜWE Vertriebs- und Dienstleistungs-GmbH mit Sitz in Ludwigshafen.



Wer legt die Verteilerstationen fest

Der Transport, die Ablage für den Träger und die Verteilung der Wochenblätter erfolgt durch die PVG Presse-Vertriebs- GmbH mit Sitz in Ludwigshafen.



Wer ist für die Verteilung des Wochenblatts zuständig

Der Transport, die Ablage für den Träger und die Verteilung der Wochenblätter erfolgt durch die PVG Presse-Vertriebs- GmbH mit Sitz in Ludwigshafen.

Ergänzung Rainer Zais (SÜWE):

Das Thema Ablagestellen/Verteilerstationen wurde auch bereits im letzten Umweltausschuss der Stadt Ludwigshafen am 27.4.2022 besprochen. Als Ergebnis empfahl der Umweltausschuss, dass Stadtverwaltung und SÜWE Wege finden sollen, die o.g. Herausforderungen zu lösen. (Artikel Rheinpfalz vom 30.4.2022 anbei)

Zusätzlich zu den bereits eingeführten Kontrollen der Ablagestellen arbeiten wir derzeit mit dem zuständigen Logistikunternehmen (PVG) an einem Lösungskonzept, das im Anschluss mit der Stadtverwaltung abgestimmt wird.

Bis zur Umsetzung dieses Konzepts können auffällige Ablagestellen über das Verlagsportal <https://www.wochenblatt-reporter.de/s/zustellung> oder telefonisch unter 0621 572498-60 (außerhalb der üblichen Bürozeiten ist ein Anrufbeantworter geschaltet) gemeldet werden.

Werbepost: Grüne rudern zurück

Dass Ludwigshafen dem Bündnis „Städte gegen Werbeflut“ beitrifft: Das haben die Grünen im Rat und die Mehrheit des Umweltausschusses bisher für eine gute Idee gehalten. Doch jetzt kam die Kehrtwende. Warum die Politiker es sich anders überlegt haben und was das für Bürger bedeutet.

VON EVA BRIECHLE

Die enormen Mengen an Papierwerbung, die heutzutage an Haushalte verteilt würden, seien nicht nur ein Ärgernis, sondern auch eine Frage des Klimaschutzes, sagte Hans-Uwe Daumann noch im vergangenen Herbst. Als Fraktionssprecher der Grünen im Rat warb er deshalb dafür, dass Ludwigshafen dem Bündnis „Städte gegen Werbeflut“ beitrifft. Beim Bundesgesetzgeber will dieses dahingehend Druck machen, dass der Einwurf von nicht-adressierter Werbepost nur noch in Briefkästen mit „Werbung erwünscht“-Aufkleber erlaubt wird. Konkret würde das bedeuten, dass alle Briefkästen für Werbung tabu sind – es sei denn, der genannte Aufkleber wurde darauf platziert. Nach Daumanns Schätzungen könnten in Ludwigshafen so etwa 5000 Tonnen Papier eingespart werden.

Dass ein solcher Strategiewechsel – also weg vom bisher genutzten Aufkleber „Keine Werbung“, hin zur Einverständniserklärung „Werbung erwünscht“ – dazu beitragen würde, jede Menge Papier und damit Ressourcen zu sparen, das hatte mehrheitlich bisher auch der Umweltausschuss so gesehen. Gegen die Stimmen der CDU-Vertreter empfahl er deshalb im vergangenen Oktober dem Stadtrat, dass Ludwigshafen dem Bündnis „Städte gegen Werbeflut“ beitreten solle. Statt dieser Empfehlung zu folgen, verwies der Stadtrat das Thema allerdings zurück in den Umweltausschuss – und setzte damit eine inhaltliche Rolle rückwärts in Gang.

„Ich bin dankbar, dass wir noch einmal unaufgeregt über das Thema reden können“, sagte Daumann am Mittwoch und berichtete im Umweltausschuss, worüber sich die Grünen in der Zwischenzeit informiert haben. Im Fokus dabei: Die Arbeit der Süwe Vertriebs- und Dienstleistungsgesell-



Werbeprospekte sollen nur noch in Briefkästen von Menschen landen, die sie auch ausdrücklich haben wollen. Das wollten in Ludwigshafen unter anderem die Grünen im Rat erreichen.

FOTO: J. KALAENE/DPA

schaft, die – vermarktet durch das Mediawerk Südwest mit Sitz in Ludwigshafen – flächendeckende Prospekt- und Flyerverteilung in der Pfalz und Nordbaden anbietet. Gleichzeitig ist die Süwe aber auch Herausgeberin von Amtsblättern und Anzeigenblättern, wie etwa dem Wochenblatt.

„Wochenblatt behalten“

Insbesondere für Letztere würde laut Süwe eine Umkehr hin zur Einwilligung „Werbung erwünscht“ erhebliche negative Auswirkungen haben. Denn: Das Geschäftsmodell der kostenlosen Wochenblätter sei ausschließlich mit dem zweiten Standbein „beigelegte Prospekte“ finanzierbar. „Das wussten wir nicht“, teilte Hans-Uwe Daumann am Mittwoch dem Umweltausschuss mit. „Das Wo-

chenblatt ist uns lieb und wert, das wollen wir auch behalten.“

Käme die Umstellung auf den „Werbung erwünscht“-Aufkleber, dann würden all jene, die ihn nicht am Briefkasten anbringen, auch das Wochenblatt nicht mehr bekommen. Die Prospekte werden laut Süwe nämlich maschinell beigelegt, sind damit fester Bestandteil des Wochenblatts. Eine Trennung am Briefkasten sei nicht möglich. Im Ergebnis beantragten die Grünen im Rat deshalb eine Neuempfehlung: Die Stadtverwaltung möge den ursprünglichen Wunsch, dem Bündnis „Städte gegen Werbeflut“ beizutreten, ruhen lassen.

Jetzt plötzlich so gar nichts mehr zu tun, damit war allerdings Markus Lemberger (SPD) nicht ganz einverstanden. Bezogen aufs Wochenblatt berichtete er davon, dass dieses zum

Beispiel in der Gartenstadt immer wieder über mehrere Tage am Straßenrand liege. „Die Abholer kommen dorthin, schneiden die Pakete auf, und wenn es dann windet, fliegen die Blätter durch die Gegend.“ Mindestens das müsse auf eine bessere Art und Weise organisiert werden.

Im Ergebnis beauftragte der Umweltausschuss die Stadtverwaltung, gemeinsam mit der Süwe Wege zu finden, solch unerwünschte Nebenwirkungen an Ablageplätzen des Wochenblatts abzustellen. Zur Debatte steht auch, inwiefern sich die Erstellung von Aufklebern „Wochenblatt, ja bitte“, realisieren lässt.

Die ursprüngliche Empfehlung des Umweltausschusses, und damit der Wunsch, dem Bündnis „Städte gegen Werbeflut“ beizutreten, ist derweil vom Tisch und ruht.