

Zum Inhalt des Rundbriefes Nr. 765 vom 27.02.2020

Editorial: Günstige Werbung für den Supermarkt ja – günstige Werbung für Bildung nein! Wie Postdienste die Anstrengungen für Bildung zerstören!

Liebe Leser,

Mitte Dezember 2019, also kurz vor dem heiligen Fest, erlebten wir eine üble Überraschung durch unseren Partner der Briefbeförderung. Mit einem Rundschreiben wurde uns mitgeteilt, dass die Beförderungsbedingungen für sogenannte „Massensendungen“ sich (wieder einmal) geändert hätten. Wir fragten nach und nach mehrtägiger „Prüfung“ durch den Postdienst wurde uns mitgeteilt, dass unser „Mitteilungsblatt“ nicht den Charakter der nun neudefinierten Werbesendungen erfülle und daher von dem Versand als Massensendung ausgeschlossen sei. Unser Verteiler muss drastisch verkleinert werden. Werbung ade!

In unserem „Mitteilungsblatt“ wird in der Regel auf zwei Seiten, d.h. auf Zweidrittel des Umfangs des „Mitteilungsblattes“ u.a. für unsere Veranstaltungen geworben (Vorträge, Bildungsfahrten und -reisen, Treffen usw.). Die neuen Richtlinien aber halten das nicht für „Werbung“, also „gewerbliche Werbung“. Wenn ein Supermarkt für seine Produkte in einem Prospekt wirbt, dann wird das als „massensendetauglich“ eingestuft, ebenso die Werbung für einen Jahrmarkt, Straßenfeste usw..

Was waren das noch für schöne Zeiten, als alles, was gedruckt verbreitet werden sollte, als „Drucksache“ zu ermäßigter Gebühr verschickt werden konnte, ohne das über Inhalt und Form gestritten werden musste! Die Bedingungen änderten sich hier des Öfteren, bis die „Drucksache“ am 1. April 1993 ganz abgeschafft wurde. Es folgten als Nachfolgeprodukte etwa der Deutschen Post die Infopost, seit 2016 Dialogpost genannt.

Wer sich über die Geschichte der „Drucksache“ kurz informieren möchte, kann u.a. den WIKIPEDIA-Artikel hierzu heranziehen. Er lernt daraus, dass „im Königreich Westphalen erstmals eine besondere Gebühr für gedruckte, offene unter Kreuzband aufgelieferte Sachen eingeführt“ wurde. „Seit dem 1. Januar 1861 wurde für den Begriff Kreuzbandsendungen nicht mehr der Inhalt, sondern die Art der Herstellung maßgebend...

Was für rosige Zeiten! Aber was soll unser Jammern bringen, in einer Zeit, da eindrucksvolle Postgebäude zu Spekulationsobjekten mit Eigentumswohnungen degradiert werden und Postdienste in sogenannten „Shops“ angeboten werden, da das Briefgeheimnis nicht mehr von beamteten Beförderern gesichert wird, sondern von überlasteten Gelegenheits-Zustellern, die sicherlich i.d.R. gutwillig, aber schlecht bezahlt, ihren „Job“ ableisten.

An wen sollen sich die kleinen Vereine und Anbieter von ehrenamtlich geleisteter Bildungsarbeit bei der Verbreitung ihrer Angebote – außerhalb des Internets – eigentlich wenden, da die gedruckten Medien in dieser Frage auch nicht mehr das sind, was sie einst waren. Ja, liebe Leute, spricht mit Euren Abgeordneten in den Parlamenten! Die sind doch dazu da, unsere Probleme aufzugreifen und lösen! Oder?

Es grüßt herzlich Ihr Reinhard M. W. Hanke

