

Kleine Anfrage

**der Abgeordneten Carsten Hübner, Rolf Kutzmutz, Dr. Christa Luft,
Angela Marquardt, Dr. Uwe-Jens Rössel und der Fraktion der PDS**

Keine Anzeigen zur Euro-Einführung in kleinen und mittleren Tageszeitungen

In einem Schreiben vom 19. März 2001 hat der Verband der Lokalpresse e. V. darauf aufmerksam gemacht, dass nach seinen Informationen die kleinen und mittleren Tageszeitungen nicht in der von der Europäischen Zentralbank und dem Bundespresseamt verantworteten Anzeigenkampagne zur Einführung des Euro berücksichtigt wurden. Der Verband bedauert dies umso mehr, weil nach einer Statistik der Arbeitsgemeinschaft Media-Analyse für das Jahr 2000 68,1 Prozent der Bevölkerung über lokale und regionale Abo-Zeitungen erreicht werden, während der Anteil der Kaufzeitungen nur bei 21 Prozent und der Anteil der überregionalen Abo-Zeitungen bei nur 5,5 Prozent liegt. Auch werde die Lokalzeitung, laut Media-Analyse, fast durchgängig von allen Altersgruppen gelesen; selbst 60 Prozent der 14- bis 19-Jährigen erreicht sie noch.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Trifft es zu, dass kleine und mittlere Tageszeitungen nicht als Träger der Anzeigenkampagne vorgesehen sind, und wenn ja, aus welchen Gründen?
2. Nach welchen Kriterien wurden diejenigen Printmedien ausgewählt, die als Träger der Anzeigenkampagne ausgewählt wurden?
3. In welchem finanziellen Rahmen bewegt sich die Anzeigenkampagne zur Euro-Einführung?
4. Ist die Bundesregierung bereit, ggf. entgegen der bisherigen Planung auch kleine und mittlere Tageszeitungen in den Kreis der Träger der Anzeigenkampagne aufzunehmen, um damit eine möglichst flächendeckende Information der Bevölkerung sicherzustellen?

Berlin, den 5. April 2001

**Carsten Hübner
Rolf Kutzmutz
Dr. Christa Luft
Dr. Uwe-Jens Rössel
Roland Claus und Fraktion**

