

Beeinflussung der Presse von J. Fischart

Die Presse schwebt keineswegs isoliert in einer höhern Region und sieht und wertet die Dinge aus der Vogelperspektive. Die Zeitungen stehen mitten drin im gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Getriebe und sind gleichsam das Barometer der öffentlichen Meinung. Sie nehmen, auf alle Vorgänge reagierend, nicht nur, sondern geben auch, indem sie erst die öffentliche Meinung machen und gestalten. Das ist ein ewiges Für und Wider, ein unaufhörliches Hin und Her, ohne daß sich Zug um Zug sofort alle innern und äußern Zusammenhänge erkennen ließen.

Eins aber bestimmt die Zeitung und ihre Haltung von Grund auf: ihre wirtschaftliche Grundlage. Die französischen, die pariser Blätter leben nicht in dem Maße von den Inserenten wie die deutschen Organe. Dort verpachtet man Banken, Handels- und

Industriefirmen, der Einfachheit halber, im Text ganze Spalten zur Vertretung ihrer Sonderinteressen, ohne daß eine Scheidung zwischen bezahltem und nicht bezahltem Lesestoff stattfindet. Darauf beruht denn auch die Zugkraft der seriösen Reklame-Artikel. In Italien ist's ähnlich. In Amerika sind die Zeitungen gewöhnlich nichts weiter als die Organe ganz bestimmter Finanz- und Parteigruppen, was ja dort meist identisch ist. Durchaus sauber ist im allgemeinen die englische Presse.

Indessen vom Auslande sollte nicht die Rede sein, sondern von Deutschland. Von Bestechung im gemeinen Sprachgebrauch kann man hier natürlich nicht oder doch nur selten sprechen; wohl aber von Beeinflussung. In hunderterlei Formen taucht sie auf, liebenswürdig meist, oft aber auch brutal und zynisch. Greifen wir ein paar typische Fälle heraus.

Die amtlichen Kreisblätter sind am schlimmsten daran. Da gibt es keine freie Meinung. Nur was der Landrat wünscht, wird geschrieben. Dabei sind diese Blätter in fast allen Fällen Privatunternehmungen, die kontraktlich nur dazu verpflichtet sind, gegen eine Pauschalsumme die amtlichen Bekanntmachungen zu veröffentlichen. Aber der Landrat macht kurzen Prozeß mit den Verlegern oder Redakteuren, die publizistisch nicht nach seinen Weisungen arbeiten. Unter der kurzen Regierung Kaiser Friedrichs und unter der Kanzlerschaft des Herrn von Bethmann Hollweg machten die Landräte, soweit sie sich als Mandatäre der Konservativen fühlten, eine Politik, die sich keineswegs mit der offiziellen in der Wilhelmstraße deckte. Das ist die roheste Form der Beeinflussung.

Eine andre Spielart sind die sogenannten Hinweise. Dieses Uebel grassiert vornehmlich in der Provinz. Das Theater, die Varietés, das Konzerthaus geben täglich ihre Inserate auf, und die Redaktion ist dann gefällig und weist in einer Lokalmotiz auf die „sensationelle Vorstellung“, auf den „Star“ undsonst weiter hin. Wie die Kunst- und Vergnügungsstätten machen auch die Vereine. Erst die größern und dann auch die kleinern. Meist wird ein solches Ansinnen von der größern Zeitung einer Stadt zunächst abgelehnt. Die kleinere aber erklärt sich dazu bereit, in der Hoffnung, die Kreise des Vereins ganz zu sich herüberziehen zu können. Die Folge davon ist jedoch stets, daß nun auch die andern Organe, aus Konkurrenzrücksichten, die Vereinsreklame, die oft von Selbstlob trieft, ständig in ihren Spalten unterbringt. Da alle diese kurzen oder langen Notizen nur selten mit einem besondern Vermerk versehen werden, so muß der naive Leser glauben, daß es sich auch hier um Nachrichten und Werturteile der Redaktion handelt.

Solange sich nur unpolitische Vereine und Korporationen an dieser Beeinflussung der Presse beteiligten, wars eine Unart der Presse, wenn sie sich in dieser Weise ihrer Selbstständigkeit entäußerte. Allmählich aber haben sich auch ausgesprochen politische Vereine dieses Mittels bedient und das System gleich ganz gehörig ausgebaut. Der Flottenverein, der Reichsverband gegen die Sozialdemokratie, der Wehrverein fingen vor dem Kriege damit an:

Große Inzerate — lange redaktionelle Hinweise und Besprechungen als Gegenleistung. Während des Krieges hat die Deutsche Vaterlandspartei, nach diesem Muster, geradezu einen Inzeratensturm inszeniert, um die Presse zu gewinnen. Der Erfolg war über- raschend. Welcher Verleger scheute sich auch, ein ganz- oder auch nur ein halbseitiges Inzerat der Vaterlandspartei aufzunehmen? Nur ganz wenige Zeitungen widerstanden dieser Verlockung. Kein Zweifel aber: die Vaterlandspartei hat eine wahrhaft glanzvolle Presse gehabt, und ganz allmählich, ganz langsam erst setzte die Reaktion ein.

Noch einen Schritt weiter ging die Schwerindustrie, die entweder Zeitungen ganz aufkaufte oder sich an ihnen so stark finanziell beteiligte, daß sie ihre politischen Absichten den Blättern aufdrängen konnte. Nicht immer läßt sich das freilich wie ein Rechenexempel, zwei mal zwei gleich vier, nachweisen, oft sitzen auch bloß vorgeschobene Männer in dem Konsortium. Ganz vorsichtig wird man nur das behaupten können, daß zum mindesten der Berliner Sozialanzeiger, die Berliner Neuesten Nachrichten, der Deutsche Kurier, die Deutsche Zeitung und die Rheinisch-Westfälische Zeitung in einem solchen Verhältnis zur Schwerindustrie stehen. Eine engere Verbindung mit der Vossischen Zeitung scheiterte, aus verschiedenen Gründen, im vorigen Jahr. Aber auf diese Blätter beschränkt sich die Arbeit der Schwerindustrie hinter den Kulissen der öffentlichen Meinung nicht. Auch in einer Reihe großer Körperschaften, zum Beispiel Kino- und Reiseverbänden, ist sie vertreten und hat sich, nach dem Muster Rudolf Wosses und Haafensteins & Voglers, auch eine eigene große Inzeraten-Akquisitions-Organisation zugelegt. Ursprünglich war diese „Ma“ nur dazu bestimmt, die Vergebung der Inzerate nach dem Auslande zu regeln. Man wollte künftig nur noch in deutschfreundlichen Blättern des Auslands inserieren. Die ändern wollte man boykottieren. Darin lag, nicht bloß indirekt, eine „Beeinflussung“ der Presse, und Rudolf Wosse wandte sich gegen diesen „nationalen“ Gesichtspunkt, der sicherlich sofort auch vom Gegner der deutschen Presse gegenüber angewendet worden wäre. Aber nicht genug damit. Die Ma dehnte ihre Tätigkeit auch auf das Inland aus, bestritt aber, in heftiger Fehde, in Deutschland dieses „nationale“ Prinzip anwenden zu wollen. Inwiefern mit Recht oder mit Unrecht, soll an dieser Stelle noch nicht entschieden werden, da die Akten darüber noch nicht geschlossen sind.

Aber auf eine andre Spezialität muß hingewiesen werden: auf ihre Verquickung der Inzeratenvergebung mit redaktionellen Notizen und ganzen Artikeln. Um einen Fall zu konstruieren: wie erklärt es sich, daß in irgendeiner kleinen Stadt des Reichsfeldes plötzlich ein halbseitiges Inzerat veröffentlicht wird, worin ein Rüstungsbetrieb Flugzeuge, Automobile und Motoren empfiehlt, Dinge, die bekanntlich während des Krieges der Beschlagnahme unterliegen und überhaupt nicht vom Privatmann käuflich zu erwerben sind? Wenn man dann aber am selben Tage oder am

Tage darauf einen Artikel findet, der sich für bestimmte schwerindustrielle politische Ziele, für die Annexion des Kohlenbeckens von Longwy-Briey einsetzt, und nächste und übernächste Woche wieder eine ähnliche Auslassung im redaktionellen Teile entdeckt, dann ahnt man den Zusammenhang.

Ich wiederhole, das ist nur ein konstruierter Fall, und im Einzelnen wird der Nachweis innerer Zusammenhänge schwer zu führen sein. Aber auf diesem Wege droht in der deutschen Presse schließlich die ausgesprochene Bestechung Eingang zu finden. Bisher war das nur die Eigentümlichkeit gewisser Winkelblätter. Die bauten ihre Manöver auf den persönlichen Skandal auf und erpreßten durch den Terror den gesellschaftlichen Kreisen und großen Firmen gegenüber erhebliche Geldsummen, natürlich in Form von Inseraten. Der Krieg hat dieses unsaubere Handwerk ziemlich lahmgelegt.

Nun bedrängen neue Gefahren dieser Art die Zeitungen. Schon macht man in Journalistenkreisen Front dagegen. Aber noch ist längst nicht allen die Tragweite der neuartigen Beeinflussungen klar geworden.

Für heute diese Bemerkungen. Ein ander Mal wird mehr, weit mehr über dieses betrübende Kapitel zu reden sein.
