



Staats- und  
Universitätsbibliothek  
Bremen

# **Staats- und Universitätsbibliothek Bremen**

**DFG Projekt Die Grenzboten**

**Die Grenzboten**

**Berlin u.a., 1841 - 1922**

Maßgebliches und Unmaßgebliches

**urn:nbn:de:gbv:46:1-908**



## Maßgebliches und Unmaßgebliches

### Presse und Weltpolitik

Von der Pariser Presse. Der bekannte französische Journalist Lazarus hat soeben in der Revue de Paris eine interessante Studie über die moderne französische Presse und speziell über die Pariser Journalistik veröffentlicht, die für uns Deutsche um so beachtenswerter ist, als die Presse in Frankreich noch mehr wie bei uns sich zu einem maßgebenden politischen und wirtschaftlichen Faktor entwickelt hat. Nach den Darlegungen, die der Verfasser in einem historischen Rückblick gibt, fällt der Geburtstag der modernen Pariser Presse auf den 1. Juli 1836. An diesem Tage brachte nämlich Emile de Girardin mit der „Presse“ einen völlig neuen Zeitungstyp heraus. Bis dahin waren die französischen Zeitungen fast ausschließlich auf das Abonnement angewiesen. Die größten französischen Blätter waren 1836 Débats und Gazette de France, die beide eine Auflage von etwa 10 000 Exemplaren erzielten; als Insertionsorgane waren sie jedoch kaum von Bedeutung. Auch ihre Rentabilität war relativ gering. Was Girardin mit seiner „Presse“ anstrebte, war kurz folgendes: „Da das Abonnement nicht mehr die Kosten der Redaktion, des Papiers, des Druckes und der Expedition deckt, so muß der Ausgleich durch Ausgestaltung des Inseratenteils geschaffen werden.“ Um dies zu erreichen, belebte Girardin den Textteil dadurch, daß er möglichst viel neuen Nachrichtenstoff und vorzügliche Unterhaltungsartikel brachte. Ihm lag in erster Linie daran, die Auflage zu vergrößern, und die vergrößerte Auflage sollte dann den Anreiz bieten für vermehrte Inserataufträge. Außerdem reduzierte er den Preis des Abonnements auf die Hälfte und gab gleichzeitig

bekannt, daß er über alle Fragen frei und unabhängig berichten wolle. Er führte auch als erster französischer Zeitungsverleger die Feuilletonnovelle und die Wochenschronik ein. In die Bearbeitung dieser beiden letzteren Rubriken teilten sich Balzac und Madame de Girardin, während Berthoud die „Interviews“ einführte und ausbaute, und Victor Hugo über soziale Fragen und Themata schrieb. Auf dieser Grundlage kam die „Presse“ schnell voran und erreichte bald eine Auflage von 25 000. Jedoch erwuchs ihr in der Konkurrenzzeitung Siecle, die Girardins Ideen stahl, eine gefährliche Rivalin, und tatsächlich wuchs die Auflage der letzteren Zeitung schnell auf 36 000. Diese Ziffern erscheinen allerdings lächerlich gering gegenüber den 4½ Millionen Exemplaren Auflage, die heute allein die vier größten Pariser Zeitungen zusammen erreichen. Soviel steht jedoch fest, daß die Erfolge dieser vier Pariser Zeitungen in erster Linie auf das von Girardin geschaffene System zurückzuführen sind, ein System, das eine Art kommerziellen Journalismus in der Form darstellt, daß er bestrebt ist, möglichst farblos zu sein und allen Wünschen gerecht zu werden. (Generalanzeigerprinzip in Deutschland.)

Es ist im Rahmen dieser Darlegungen natürlich nur möglich, die interessante Studie von Lazarus summarisch zu besprechen. Nach dem Sturze des zweiten Kaiserreiches fielen in Frankreich die zahlreichen erschwerenden preßgesetzlichen Vorschriften fort, und die völlige Preßfreiheit gab der Entwicklung der Pariser Journalistik einen mächtigen Ansporn. Dies zeigte sich unter anderem an dem Petit Journal, das 1863 als tendenzloses Nachrichtenblatt gegründet wurde. Sein Programm blieb trotzdem in erster Linie: viele kleine

Nachrichten, alle Interessen des Tages zu verfolgen und Diskussionen und Polemiken, sowie eine scharfe Parteischattierung möglichst zu meiden. Auf Petit Journal folgte Petit Parisien. Petit Journal und Petit Parisien haben bis 1900 mit Auflagen von je über einer halben Million den Markt beherrscht. Sie boten dem Handwerker, dem Arbeiter und der häuerlichen Bevölkerung, was sie haben wollten. Der Ermordung einer Milchfrau wurde als Sensationsnachricht fast ein höherer Wert beigelegt als einer ausländischen Thronrede. Vor allem wurde der Verkauf und die Expedition dieser Blätter wunderbar organisiert. Auch heute gibt es kaum ein einziges Dorf in Frankreich, wo diese beiden Blätter nicht jeden Tag morgens für einen Sou zu haben sind. In dieser Beziehung dürften Petit Journal und Petit Parisien auch noch jetzt in Frankreich unerreicht dastehen.

Über den sonstigen Konkurrenzkampf in der Pariser Presse, namentlich seit den 1880er Jahren bis zur Gegenwart sei bemerkt, daß 1883 das Echo de Paris als 2-Sou-Blatt die Zeitung Gil Blas als literarisches Blatt ausgestochen hat. Gil Blas wurde dann 1892 wieder durch das Journal als 1-Sou-Blatt überholt. Das Vorgehen von Gil Blas zwang wiederum das Echo de Paris, seinen Preis herabzusetzen und sich zu einem großen Nachrichtenorgan zu entwickeln, das heute den Ruf bester Zuverlässigkeit für heimische und ausländische, besonders politische Nachrichten genießt.

Temps und Figaro müssen heute in eine ganz andere Kategorie von Organen eingeordnet werden als das Echo de Paris usw., denn sie haben bis heute ihre alten Preise beibehalten und es verstanden, ihre alten Leser trotz aller Veränderungen im Pariser Zeitungswesen zu fesseln. Im Gegensatz zu der weit verbreiteten irrümlichen Auffassung, daß die Auflagehöhe allein für den Erfolg im Inseratgeschäft entscheidend ist, haben Temps und Figaro trotz ihrer beschränkten Zahl von Abonnenten den Ruf, daß sie eifrig als Insertionsorgane benutzt werden und daher auch ihre Preise für die Inserate selbst bestimmen können. — Der Matin, der 1881 im Auftrage einer amerikanischen Finanzgruppe von dem

am 10. März 1914 verstorbenen Albert Edwards gegründet wurde und der bis zum Jahre 1898 eigentlich nur vegetiert hat, wurde in diesem Jahre von M. de Poidatz aufgekauft. Poidatz war ein Anhänger des unpersönlichen Journalismus. Einen geschäftlichen Hauptschlag tat er, als er mit der Londoner „Times“ einen Vertrag abschloß, wonach er gegen Zahlung von etwa 120 000 Mark jährlich die Londoner Nachrichten täglich durch Spezialdrahtmeldungen erhielt. Gleichzeitig ermäßigte er den Preis des Matin auf 1 Sou, erweiterte den Umfang auf sechs Seiten und bot auch sonst alles auf, um geschäftlich voranzukommen. Bis 1898 hatte nur das 3-Sou-Blatt Figaro sechs Seiten Umfang, jedoch folgten, als der Matin seinen Textteil vergrößerte, auch sofort die übrigen führenden Pariser Blätter.

Der leitende, geschäftliche Gesichtspunkt beim Matin, und dies kann für den modernen französischen Journalismus überhaupt gesagt werden, ist: „Der Wert einer Zeitung hängt in erster Linie ab von Nachrichten, Nachrichten und nochmals Nachrichten.“ Das Geld, das hierfür ausgegeben wird, kommt auf alle Fälle wieder herein. Der Reporter ist der wichtigste Mann in der Zeitungsredaktion. Er muß rührig, unermüdet und findig sein. Wenn er einen Stil hat und schreiben kann, so ist das um so besser. Der Matin ist nach dem Austausch durch Poidatz bald auf acht Seiten Text gewachsen, und oft kommt er sogar mit zwölf Seiten heraus. Er bietet also heute zwei- bis dreimal soviel Text und Papier als früher, ohne daß er den Preis heraufgesetzt hat. Über das Wachstum der Auflage des bekanntermaßen äußerst deutschfeindlichen Matin weiß Lazarus zu berichten, daß er 1889 eine Auflage von 78 000 hatte. Im Jahre 1911 stieg die Auflage auf 816 300 und im Jahre 1913 überschritt sie bereits eine Million. Petit Parisien, Journal, Matin und Petit Journal zusammen haben eine Auflage von  $4\frac{1}{2}$  Millionen. Die beiden ersten haben allein 3 Millionen Auflage zusammen, wobei die größere Hälfte auf Petit Parisien entfällt.

Gegenwärtig erscheinen in Paris sechszehnjährig politische Tageszeitungen, wobei das Journal officiel nicht eingerechnet ist. Ferner

müssen fünfundzwanzig Zeitungen, die nur ein Scheindasein führen, ausgeschaltet werden. Von den sämtlichen großen Pariser Morgenblättern können höchstens sechs als geschäftlich blühend bezeichnet werden. Die Bilanz des *Matin* zeigte 1912 an Einnahmen 16 250 000 Franken, an Ausgaben 13 750 000 Franken, so daß ein Reingewinn von 2,5 Millionen Franken erzielt wurde. Der Reingewinn des *Petit Parisien* erreichte sogar die Höhe von 3 342 000 Franken. Die Zahl der Redakteure und ständigen Mitarbeiter belief sich beim *Matin* auf rund 150, beim *Petit Parisien* auf 75. Hierbei sind jedoch die Provinz- und Auslandskorrespondenten nicht mitgerechnet. Im allgemeinen leidet die Rentabilität der Pariser Presse stark unter dem Fehlen des festen Abonnements, wodurch sie auf die Bahnen der Sensation gedrängt wird. (Vgl. hierzu auch die letzte Sensationshefte gegen Caillaux.) Was sodann den Nachrichtendienst anlangt, so stehen eigentlich nur der *Matin*, der *Petit Parisien* und *Petit Journal*\*) ziemlich unabhängig da. Als sicherstes und bestinformiertes Blatt gilt der *Temps*, der den meisten Organen von Paris neben der *Agence Havas* als Informationsquelle dient. Außerdem

existiert noch in Paris eine Anzahl kleinerer Depeschensbureaus, wie z. B. Fournier, Information, Presse Nouvelle usw. — In welcher Weise die *Agence Havas* das Inseratgeschäft mit dem Nachrichtengeschäft kombiniert hat, wurde bereits in den Grenzboten an dieser Stelle dargelegt. Es möge hier zur Ergänzung hinzugefügt werden, daß der *Matin* etwa 5 Millionen Franken für die Überlassung des Inseratenteils als jährliche Pauschalsumme von der *Société Générale des Annonces* bekommt. Der *Figaro*, dessen Auflage 1912 etwa 100 000 betrug, erhielt 2 1/2 Millionen Franken. Daß die versteckte Reklame in der Pariser Presse eine wichtige Rolle spielt, konnte man besonders deutlich vor und während des letzten Balkankrieges beobachten. Es ist ein offenes Geheimnis, daß alle großen Pariser Blätter für eine beschlossene Auslandsanleihe auch im redaktionellen Teile Stimmung machen und hierfür besonders honoriert werden. — Auf das Paris-Londoner Zeitungsverhältnis zwischen *Matin* und *Times* wurde bereits hingewiesen. In ähnlicher Weise tauscht das nicht minder chauvinistische *Echo de Paris* mit dem *Daily Telegraph* wichtige Nachrichten, sowie wirtschaftlich und politisch wichtige Artikel auf drahtlichem Wege aus. — Schließlich sei noch hervorgehoben, daß man für die Gründung eines großen Pariser Tageblattes modernsten Stiles etwa sechs Millionen Franken als notwendig erachtet, wobei man erst nach zwei bis drei Jahren auf eine Rentabilität rechnet.

Dr. A. Hansen

\*) Der Direktor des *Petit Journal* ist seit kurzer Zeit der ehemalige Minister des Auswärtigen, Pichon. Pichon ist damit zu seinem ursprünglichen Fach, der Journalistik, zurückgekehrt; in jungen Jahren war er Mitarbeiter von Clemenceaus „Justice“ und wandte sich erst später der diplomatischen Laufbahn zu.

