

Der immer wachsende Umfang der Sonntagsnummern aber wird einerseits durch diesen selben Grund erklärt, andererseits durch die Konkurrenz mit anderen Blättern. Nach der amtlichen Statistik wurden Sonntagsnummern im Jahre 1905 von 456 Zeitungen herausgegeben, und die Gesamtauflagezahl dieser Sonntagsnummern betrug 11 539 021. Der Durchschnittsumfang betrug etwa 32 Seiten. Es wurde also für einen einzigen Sonntag von diesen Zeitungen eine Papiermenge verbraucht, die genügen würde, um eine Bibliothek von 5 900 000 Bänden zu je 500 Seiten zu drucken; zum Vergleich sei erwähnt, daß Deutschland, das Land der Bücher, nur 2 Bibliotheken mit mehr als 1 Million Bänden besitzt: die Königliche Bibliothek in Berlin und die Königliche Hof- und Staatsbibliothek in München.

Ein außerordentlich großer Teil des Umfanges gerade der Sonntagsnummern wird von Anzeigen eingenommen. Wie sich die Vermehrung der Anzeigen im Laufe auch nur der letzten 10 Jahre gestaltet hat, dafür sei das Beispiel eines der beliebtesten Chicagoer Warenhäuser angeführt, das den Namen »The Fair« führt. Dieses hat an eine einzige Tageszeitung, die »Chicago Daily News«, in den Jahren 1898—1907 für Inserate folgende Summen gezahlt:

1898	M	236 627,33
1899	"	274 509,60
1900	"	351 153,43
1901	"	399 004,57
1902	"	372 534,49
1903	"	368 042,01
1904	"	356 909,44
1905	"	400 880,67
1906	"	403 553,17
1907	"	494 666,08

Also auch hier im Laufe eines einzigen Jahrzehnts eine Steigerung auf das Doppelte. Ein großer Teil dieser Annoncen entfiel auf die Sonntagsnummern.

Um aber von einer einzelnen Zeitung ganz abzusehen und die Sonntagsnummern der größten Zeitungen Newyorks zu betrachten, so wiesen die 6 bedeutendsten Tageszeitungen dieser größten Stadt der nordamerikanischen Union z. B. für ihre Sonntagsnummern am 1. Dezember 1907 einen Umfang von 388 Seiten, durchschnittlich also 64 1/2 Seiten, auf. Von den 388 Seiten kamen auf den eigentlichen Lesestoff 150 (durchschnittlich also 25 Seiten für einen einzigen Sonntag), — auf Illustrationen, (das heißt auf meistens recht oberflächliche Zeichnungen) 89 Seiten — und auf Annoncen, die aber auch außerdem noch zwischen den Text eingestreut sind, 149 Seiten. Im Durchschnitt nahm also der Lesestoff nur 38,7 % des Gesamtumfanges ein.

Welche ungeheuren Summen für Annoncen in den Vereinigten Staaten ausgegeben werden, das zeigen die Zahlen für das Jahr 1900 — die letzten, die amtlichen Berechnungen entstammen und für die erst wieder durch die statistischen Aufnahmen des Jahres 1910 Vergleichszahlen für die Gegenwart werden geschaffen werden. Im Jahre 1900 betrugen die Einnahmen der Zeitungen und Zeitschriften in den Vereinigten Staaten insgesamt 175 189 610 Dollars, d. h. etwas mehr als 700 Millionen Mark. Davon aber entfielen weniger als die Hälfte, nämlich 79 938 483 Dollars, auf Abonnementsgelder und auf Einnahmen aus dem Einzelverkauf, während die Annoncen-Einnahmen diese Einnahmequelle, die doch noch vor 40 Jahren fast die einzige Einnahmequelle aller Zeitungen und Zeitschriften gewesen war, nicht unerheblich überstiegen: sie betrugen 95 861 127 Dollars. Heute ist diese Summe abermals beträchtlich höher. Man wird kaum fehlgehen, wenn man die Gesamteinnahmen der nordamerikanischen Zeitungen und Zeitschriften heute auf 300 Millionen Dollars jährlich schätzt und davon gegen

200 Millionen, also etwa 800 Millionen Mark, auf die Annoncen rechnet.

Übrigens sind damit natürlich noch durchaus nicht alle Kosten erfasst, die das Inseratenwesen verursacht. Man darf nicht außer acht lassen, daß die Verleger gewaltige Summen aufwenden, um diese Inserate zu erhalten, und daß ein ganzes Heer von Annoncenreisenden von ihnen lebt. Was ferner allein die Post für Briefe einnimmt, die im Dienste der Reklame geschrieben sind, — ich meine hier nur die Reklame, die mit dem Inserieren in Zeitungen und Zeitschriften zusammenhängt — geht in viele Millionen Dollars.

Aber damit noch nicht genug: es ist auch ein ganzes Heer von Künstlern und Schriftstellern, mindestens im Nebenberufe, für das Inseratenwesen tätig. Denn das Inserieren ist heute zu einer wahren Kunst geworden. Eine Anzeige, die sich damit begnügt, das Vorhandensein einer Ware und ihre Bezugsbedingungen nüchtern zu erwähnen, würde unter der Masse der übrigen Inserate völlig wirkungslos sein. Um durchzudringen, braucht jede Annonce eine Art persönlichen Stils, und ihre Beachtung ist um so mehr gesichert, wenn eine geschickte Zeichnung sie unterstützt. Ob diese nun auffallend gestaltet ist oder (sagen wir) idyllische Töne anschlägt — das ist dem Takte und dem Geschick des Künstlers überlassen, ebenso wie auch der Text der Annonce oder der ihr zu grunde liegende Gedanke von dem Inseratenfachmann gefunden werden muß. Auch in Deutschland haben wir ja schon eine Anzahl von Reklamebureaus, die die Reklame als Kunst betrachten und zu behandeln suchen. Natürlich müssen für diese künstlerischen und gedanklichen Ausgestaltungen und Ausführungen der Inseratenreklame noch weitere gewaltige Mittel neben den Inseratengebühren, die die Zeitungen und Zeitschriften erhalten, gerechnet werden.

Man denke auch ferner daran, wie zahllose Aufträge den Klischeefabriken für die Inseratenklischees zugehen! Gerade in den Vereinigten Staaten findet man — zumal in Zeitschriften — ganz reizende Reklamezeichnungen. Überhaupt ist dort die Kunst des Inseratenklischees besonders ausgebildet. Sie benutzt für Zeitungen mit Werkdruckpapier und für Zeitschriften mit Kunstdruckpapier ganz verschiedene Techniken. In Deutschland beginnen wir erst jetzt, neben der letztgenannten Inseratenklischee-Technik auch die erstere zu entwickeln; ich weise nur auf die Annoncenzeichnungen von August Hayduk (besonders für das Kaufhaus des Westens in Berlin) hin, die mir keineswegs schön erscheinen, vielfach sogar geradezu abstoßend auf mich wirken, bei denen man aber doch anerkennen muß, daß sie die Technik des Klischees für Tageszeitungen in unübertrefflicher Weise berücksichtigen.

Amerikanische Zeitschriften haben kürzlich die Gesamtausgaben, die man in den Vereinigten Staaten dem Annoncenwesen widmet, auf jährlich 600 Millionen Dollars geschätzt. Das würde etwa eine Summe von 2 1/2 Milliarden Mark betragen, oder halb soviel, wie die Kriegskosten-Entschädigung, die Frankreich nach dem Kriege 1870/71 an Deutschland zu zahlen hatte! Eine ungeheure Summe, die aber ihre Wirkungen in dem raschen Pulschlage des amerikanischen Wirtschaftslebens aufzeigt. Selbstverständlich ist dieser durchaus nicht allein auf das Inseratenwesen zurückzuführen, ist aber doch wohl dadurch mit so stark beschleunigt worden. Und um den Umfang des amerikanischen Annoncenwesens noch in ein anderes Bild zu fassen: in jedem Monat werden nach der Berechnung amerikanischer Statistiker 700 000 Zeilen Annoncen allein in Zeitschriften aufgegeben. Zum Vergleiche wird danebengestellt, daß die Bibel 120 000 Zeilen enthält und alle Werke Shakespeares zusammengenommen 1 860 000 Zeilen. Die nordamerikanischen Zeitschriften bringen also in jedem Jahre mehr als 30mal soviel Annoncenzeilen, als die