

finanzielle Mittel für die Gesellschaft heranzuziehen und ihre fahungsmäßigen Pflichten wieder zu erfüllen. Es war sogar durch Entgegenkommen des Freiherrn Börries v. Münchhausen möglich, eine bibliophile Jahresgabe für 1922/23 herzustellen. Er überließ der Gesellschaft drei Jhullen zur erstmaligen Veröffentlichung, die Firma Boeschel & Trepte stiftete Satz, Druck und Papier und die Firma E. A. Enders den Einband für die gesamte Auflage. Den freundlichen Stiftern sei auch an dieser Stelle herzlichster Dank ausgesprochen.

## Die Zeitung als Urheberin des Postverkehrs. Gedanken zur Verteuerung der Zeitungsgebühren.

Von Arved Jürgensohn.

Im Zeitungsgewerbe herrscht lebhafteste Beunruhigung über die zum 1. Juli geplante Verteuerung der Zeitungsgebühren der Post. Sie soll für größere und große Zeitungen das Achtfache, für kleinere Zeitungen das Zwölffache der jetzigen Gebührenhöhe betragen und erscheint den Zeitungsverlegern untragbar. Um sie ertragen zu können, müßten die Bezugspreise großer Zeitungen um mehr als 25%, die Preise kleinerer Zeitungen um mehr als 50% gegenüber den jetzigen Bezugspreisen erhöht werden. Man könnte hinzufügen: auch die Anzeigenpreise würden vermutlich steigen müssen und den Umsatz damit erschweren.

Zur Begründung der höheren Zeitungsgebühren, so liest man, wird angeführt, daß die Reichspost am 1. April zu einem selbständigen kaufmännischen Unternehmen umgestaltet worden ist und nach rein kaufmännischen Grundsätzen Einnahmen und Ausgaben ihres Haushalts im Gleichgewicht halten müsse.

Die Einnahmen der letzten Zeitungsgebührenordnung deckten nicht die Ausgaben des Zeitungsdienstes und wären den Vorkriegseinnahmen nur angenähert. Diese aber hätten schon damals nicht die Ausgaben gedeckt und Zuschüsse erfordert. Dazu kämen aber noch neue Ausgaben durch das veränderte Verfahren bei den Bahnhofsbriefen, durch Sammelüberweisungen, Monatsbezug, frühere Auszahlung der Bezugsgelder an die Verleger usw. Ohne die geplante Erhöhung könne der Posthaushalt nicht ins Gleichgewicht kommen.

Nun fehlt es ja nie an Gründen, wenn unsere Verkehrsverwaltungen höhere Einnahmen haben wollen. Denken sie aber je daran, daß auch das Publikum nicht immer in der Lage ist, seinen »Haushalt ins Gleichgewicht« zu bringen, wenn alles teurer wird, die Gehälter halbiert, die Steuern und Mieten erhöht und die eben erst abgebauten Zeitungspreise wieder verteuert werden, obwohl heute noch weite Kreise, auch der gebildeten Klassen, sich wegen der allgemeinen Verarmung überhaupt keine Zeitung mehr leisten können oder zum Teil mit den billigsten Blättchen und dem Lesen der in Schaufenstern ausgehängten Zeitungs-Vorderseiten sich begnügen müssen?

Kaufmännische Grundsätze sind sehr gut am richtigen Platz und richtig erwogen. Aber es erscheint doch sehr fraglich, ob man diese Gebührenerhöhung mit ihnen begründen kann. Die Post ist ebenso wie die Eisenbahn ein vielverzweigtes Unternehmen, das grundsätzlich in einzelnen Zweigen, wenn man sie gesondert betrachtet, ohne Gewinn oder mit Fehlbeträgen arbeitet, so wie die Eisenbahn auf den verkehrsarmen Nebenlinien oder im Personenverkehr für sich betrachtet. Worauf es ankommt, das ist eine Rentabilität des Gesamtunternehmens. So denken aber wohl auch alle großzügigen kaufmännischen Unternehmungen. Unsere großen Industrie- und Schifffahrtsgesellschaften, Warenhäuser und Versandgeschäfte verschicken kostspielige illustrierte Kataloge und denken nicht daran, sich diese mit den Selbstkosten bezahlen zu lassen. Englische Eisenbahnen verkauften vor dem Kriege Kursbücher, die ein Drittel oder fast die Hälfte des deutschen Reichskursbuches an Größe darstellten, für einen Penny.

Ja, wird man erwidern, das sind aber doch Werbungen, Werbeausgaben zur Anregung und Hebung des Verkehrs und Umsatzes. Es ist nicht notwendig, daß diese unmittelbar und sofort eine Selbstkostendeckung anstreben.

Merkwürdigerweise pflegt man nun ganz zu übersehen, daß die Zeitungen, Zeitschriften und Drucksachsendungen für die Post auch nichts anderes sind als Anreger ihres Verkehrs, und zwar eines ganz gewaltigen Verkehrs. Und diese Verkehrswerbung und Verkehrsanregung für die Post wird noch dazu aus fremden Taschen bezahlt und zum wenigsten aus denen der Post selbst. Bergewärtigen wir uns doch einmal, wie eine Zeitung auf den Postverkehr wirkt. Nehmen wir mal ein großes Blatt mit einer Auflage von mindestens 100 000 und vielen Tausenden von Beziehern durch die Post. Es enthält Hunderte, ja vielleicht Tausende von Anzeigen. Diese Anzeigen veranlassen die Leser, mit Postkarten, Briefen, Telegrammen, Drucksachen, Ferngesprächen usw. zu antworten und die Post in Bewegung zu setzen. Auf ein lockendes Warenangebot in der Anzeige gehen vielleicht hundert oder

zweihundert Postkarten ein, teils Anfragen, die Erwidierungen mit Hilfe neuer Postsendungen hervorrufen, teils Bestellungen, die Paketsendungen zur Folge haben und wiederum der Post zu tun geben. Viele Leser der Anzeige schicken mit der Post auch sofort Geldsendungen ein, manche telegraphieren sogar. Dabei kann außerdem sogar noch die Reichsbahn durch große Massensendungen Beschäftigung finden und verdienen. Durch Zeitungsanzeigen angebotene offene Stellen haben oft hundert oder zweihundert Bewerbungen mittels der Briefpost zur Folgewirkung. Kaufgesuche, Verkaufsangebote, Verlagsgesuche, Börsenanzeigen, Kurzzettel usw., alle führen immer wieder zur Benutzung der Post, sowohl im Orts- wie im Fernverkehr. Dasselbe gilt von Fachzeitschriften für Handel und Gewerbe. Es gilt von allen Zeitungen, großen wie kleinen. Nun gab es vor dem Kriege so etwa 10 000 Zeitungen im Deutschen Reich, deren Auflagen, zusammengerechnet, sicherlich im Durchschnitt viele Millionen täglich verbreiteter Nummern ergaben. Und in jeder Nummer durchschnittlich wer weiß wie viele Anzeigen. Es wäre wohl der Mühe wert, wenn Fachverbände an der Hand statistischer Unterlagen hierfür eine Schätzung aufstellten. Diese Millionen täglicher Zeitungsnummern mit Anzeigen, die natürlich nur zum kleinen Teil mit der Post befördert werden, sind tägliche Verkehrsarbeiter und Verkehrsruher für die Post und schaffen ihr täglich millionenfachen Briefverkehr, der Angebot und Nachfrage in Verbindung bringt. Denkt man sich diese täglichen Zeitungsmassen weg, wie gering und armselig würde da der Postverkehr heute dastehen!

Eine Verringerung der täglichen Zeitungsmassen infolge Verteuerung der Bezugspreise wird sicherlich auch verringernd auf den Postverkehr wirken müssen. Ob es daher kaufmännisch gedacht ist, wenn die Post eine Erhöhung der Zeitungsgebühren anstrebt und damit eine Verteuerung der Bezugspreise und eine Minderverbreitung der Zeitungen und Zeitungsanzeigen verursacht, das wird kaum zweifelhaft sein. Wir sind zwar durch die fortschreitende Papiergeldentwertung der letzten Jahre an stetige Verteuerungen der Preise gewöhnt, aber nicht an stetige Erhöhungen in wertbeständigem Gelde. Wie empfindlich der Zeitungsverkehr in normalen Zeiten ist, lehrt ein Beispiel: Die Gebühr für außerordentliche Zeitungsbeilagen wurde am 1. Juli 1906 von  $\frac{1}{4}$  auf  $\frac{1}{2}$  Pfennig erhöht. Und die Wirkung war, daß der Verkehr in  $1\frac{1}{2}$  Jahren von 251 auf 174 Millionen Beilagen sank, also um 31% geringer wurde, nämlich um 77 Millionen Beilagen, während er von 1904 auf 1905 um 10% gestiegen war.

Der berühmte englische Postreformer und Pennyportourheber Rowland Hill, der nach dem ersten Partei- und Kabinettswechsel zeitweilig seine Stellung aufgeben mußte und von 1843 bis 1846 Generaldirektor der Eisenbahngesellschaft von London nach Brighton war, zeigte seinen weiten Blick auch darin, daß er mit jedem Zuge der Linie die Post unentgeltlich mitgehen ließ, in der Annahme, daß der Briefverkehr auch den Eisenbahnverkehr heben würde. Es gelang ihm auch, die heruntergewirtschafteten Aktien der Gesellschaft von 35 auf 75 Pfund Sterling hinauszubringen. Er verlangte also nicht, daß die Postbeförderung durch entsprechende Bezahlung der Selbstkosten unmittelbar gedeckt würde.

Es gehört aber auch zu den Grundsätzen der Post, daß sie eine volle Deckung ihrer Selbstkosten nur bei den Betriebszweigen anstrebt, die das vertragen. Sie befördert doch schwere Drucksachen viel, viel billiger als Briefe, weil Drucksachen hohe Portokosten nicht vertragen. Bei Zeitungen ist es ebenso. Auch bei den Päckchen und Paketen. Aber auch der Reichstelegraph arbeitet mit mächtigen Fehlbeträgen, viel größer als die des Zeitungsvertriebes der Post. Sie betragen schon 1906 etwa 17 Millionen Goldmark und waren später noch viel höher. In England betrug das Telegraphendefizit damals schon 21 Millionen Mark. Die Depeschen vertragen eben keine weitere Tarifierhöhung. Das Porto der Briefe liefert der Post trotz dieser Fehlbeträge gewisser Betriebszweige im Gesamtergebnis die gewünschten Überschüsse, wenigstens in normalen Zeiten. Die Post hat bei uns aber auch ein Monopol in der Hand; sowohl im Fernverkehr wie im Ortsverkehr steht sie ohne Wettbewerb da. Dadurch ist sie auch zu sozialer gemeinnütziger Arbeit ohne Überspannung der Tarife verpflichtet. Die Zeitungen leisten ihr aber außer der ungeheuren Schrittmacher- und Werbearbeit zur Anregung ihres Verkehrs auch sonst Gegendienste genug, indem sie ihre amtlichen und halbamtlichen Mitteilungen und Verkehrsnachrichten unentgeltlich abdrucken. Wenn die Post diese als Anzeigen stets bezahlen sollte, so würde sie ungezählte Millionen los werden. Die Zeitungen pflegen übrigens ihre Bezugspreise heute auch nie so hoch zu schrauben, daß sie die Herstellungselbstkosten decken. Die Überschüsse pflegen erst durch die Anzeigen möglich zu werden, welche ohnehin schon besteuert werden, obwohl sie dem Reiche und der Volkswirtschaft durch Erzeugung eines gewaltigen Postverkehrs mittelst dieser Anzeigen so große Dienste leisten. Deshalb wird es geboten erscheinen, daß man sich mit den Zeitungsgebühren im eigenen Interesse der Post einige Zurückhaltung auferlegt und nicht den Bogen überspannt, das deutsche Geschäfts- und Erwerbsleben liegt noch sehr dar-