

## Krieg und Inseratenteil / Von Walter Bloch



er von den Tagen der Mobilmachung an bis zu den jüngsten Siegesnachrichten auch den Inseratenteil der deutschen Zeitungen überflog, konnte in den Anzeigen ein getreues Spiegelbild der grossen Weltereignisse und ihrer Wirkung auf das deutsche Volk erblicken.

Kurz nach den ersten Kriegserklärungen setzte naturgemäss eine begreifliche Nervosität bei allen Geschäftsleuten ein. Der Inseratenteil schrumpfte auf einen lächerlich kleinen Raum zusammen, da kein Mensch mehr Waren oder Dienste anbieten oder verlangen wollte. Die seitenlangen Inserate der grossen Warenhäuser waren verschwunden, und diejenigen Leute, welche behaupteten, in diesen unruhigen Zeiten machten die Zeitungen die besten Geschäfte, irrten sich gewaltig. Die grossen Insertionsverträge waren sämtlich mit dem Sistierungsrecht ausgestattet und wurden mit Eintritt des Kriegszustandes gelöst. Die grösste und wichtigste Einnahmequelle der Blätter versiegte.

Aber obwohl das Wirtschaftsleben für den Augenblick zu stocken schien, waren die Menschen nicht müssig. Schien es auch nicht möglich zu sein, selbst Geld zu verdienen, so blieb doch Arbeit genug übrig, die geleistet sein wollte. Der Inseratenteil füllt sich mit den Aufrufen des roten Kreuzes und anderer Wohlfahrtsvereine, welche zur tätigen Mitarbeit und zu freiwilligen Spenden auffordern. Die Ernte muss eingebracht werden. Für die einberufenen Landarbeiter wird auf dem Wege der Anzeige Ersatz gesucht. Die ersten Kriegsnottrauungen werden veröffentlicht. Die deutsche Industrie wirft sich mit der oft gerühmten Anpassungsfähigkeit auf die Herstellung von Waren, welche die Heeresverwaltung notwendig braucht. Der Anzeigenteil verzeichnet Annoncen grosser Firmen, welche Uniformen, Militärwäsche, Lederwaren, Kochgeschirre, Lazarettausstattungen und anderes Kriegsmaterial anbieten. Nun treten auch Geschäftszweige auf den Plan, die nicht gerade unumgänglich notwendige Bedarfsartikel herstellen. Die Schokoladen-, Zigarren- und Zigarettenfirmen kommen mit Feldpostbriefpackungen ihrer Waren heraus.

Der Patriotismus lässt den Deutschen zur Besinnung kommen und räumt endlich mit den oft (auch an dieser Stelle) gerügten fremdländischen Firmen- und Warenbezeichnungen auf. Der Inseratenteil kündigt uns auch diese Umwandlung an: Das „Café Picadilly“ heisse fortan „Deutsches Kaffeehaus Vaterland“. Diese und jene Firma

betont in langer Erklärung, dass sie trotz ihres ausländischen Namens, trotz der englischen oder französischen Bezeichnung ihres Fabrikats gut deutsch gesinnt sei.

Unzählige Deutsche sind in feindlichen Ländern zurückgehalten oder mittellos und ohne Nachricht von den Angehörigen zurückgeblieben. In den – wenigen – neutralen Ländern machen sich dies Firmen und Agenten zunutze und zeigen in deutschen Zeitungen an, dass sie Nachrichten und Geldsendungen an Deutsche im Auslande vermitteln. Speditionsfirmen erboten sich, das im Trubel der Flucht von den zahlreichen Ferienreisenden in den Badeorten zurückgelassene Gepäck abzuholen. Die Lebensmittelzölle werden aufgehoben. Sofort erscheinen Anzeigen dänischer und holländischer Kaufleute, welche die wichtigen Lebensmittelerzeugnisse ihrer Länder zum Verkauf anbieten.

Die Einberufung des Landsturms steht bevor. Die riesigen deutschen Versicherungsunternehmungen fordern die Einberufenen zu Lebensversicherungsabschlüssen auf. Banken erklären sich bereit, Vermögens- und Interessenverwaltungen für die im Felde stehenden zu übernehmen. Die Heeresverwaltung hat alle Benzinvorräte mit Beschlagnahme belegt. Die privaten Automobilbesitzer sehen sich gezwungen, statt dessen Spiritus zu verwenden. „Autospiritus!“ tönt es dem Leser des Anzeigenteils entgegen. Die aus militärischen Gründen anfangs nicht gestatteten Chiffreanzeigen sind wieder zugelassen, und eine Menge Stellungsuchender macht von dieser Einrichtung Gebrauch. Inzwischen sind draussen die ersten Schlachten geschlagen worden, der Tod hat seine Ernte gehalten. Die Zeitungen bringen die ersten Verlustlisten und mit ihnen jene schwarzumrandeten und mit dem eisernen Kreuz geschmückten Todesanzeigen der fürs Vaterland Gefallenen. Die Trauermagazine bieten still und unaufdringlich ihre Dienste an. Sieg reiht sich an Sieg. Die gehobene Stimmung der Daheimgebliebenen findet ihren Ausdruck in dem Fahnen-schmuck, den alle Häuser tragen. Fahnentuche und -stangen werden im Inseratenteil angeboten. Krieg, Krieg atmet alles! Und doch, welche Würde beherrscht den deutschen Inseratenteil im Gegensatz zum ausländischen. Einem Berliner Blatte entnehmen wir im folgenden eine Schilderung des englischen Inseratenteils in diesen Zeiten. Es heisst da: Im Inserat spiegelt sich ja das Wesen eines jeden Volkes; nur in England, diesem vorgeblich so frommen Land, ist eine Anzeige folgenden Wortlautes denkbar: „Für die Geistlichkeit! Predigten werden jede Woche geliefert. Neu, frisch, einfach und auf den gegenwärtigen Kriegszustand zugeschnitten.“