



Abb. 11 MAX SCHWARZER / Plakat
Druck: Fritz Molson, München



Abb. 12 MAX SCHWARZER / Plakat
Druck: Fritz Molson, München

Dann kommen diejenigen, die nach der Aufnahme einen Inserat-Auftrag versprechen, einen solchen von der Wirkung der Notiz abhängig machen, oder gar drohen, in Zukunft keine Inserate mehr aufzugeben, wenn die Notiz nicht erscheint.

Als Einsender solcher Notizen treten auch vielfach Personen auf, die sich Reklameschriftsteller oder Anwälte nennen und die meist vorgeben, im Interesse der Zeitung und der Allgemeinheit zu handeln. In Wirklichkeit mißbrauchen sie die Presse zur kostenlosen Förderung von Privatinteressen. Diese Pseudo-Journalisten, die den Inserenten ihre „guten Beziehungen“ zur Presse zur Unterbringung redaktioneller Artikel anbieten, verzichten oftmals großmütig auf Honorar, verlangen aber in anderen Fällen eine Provision auf Anzeigen-Aufträge, die sie zu vermitteln vorgeben. Besonders bei Ausstellungen wachsen diese Reklameschriftsteller, die von irgend welchem Fachwissen nicht beschwert sind, in beängstigender Zahl aus dem Boden und drängen sich an die Aussteller heran unter dem Versprechen, redaktionelle Artikel in der angesehenen Presse unterzubringen.

Womöglich noch schlimmer als der kostenlose Hinweis ist die Aufnahme bezahlter redaktioneller Artikel in den Textteil, da sich der Verleger aus Gewinnsucht zum Mitschuldigen des Inserenten macht. Die strengsten Ansichten über diese Frage fordern auch die Entfernung von Inseraten, die ohne weiteres als solche kenntlich sind, aus dem Textteil, und in der Tat bedeutet die Durchsetzung des redaktionellen Teiles mit Inseraten eine bedenkliche Schädigung der Qualität der Presse. Bis zu welchem Anflug sich die Aufnahme von Inseraten in den Textteil steigern kann, zeigte der Rotaufdruck eines Kino-Programmes auf die Titelseite einer Tageszeitung, wodurch die Leser gezwungen wurden, den Text des Leit-

artikels unter dem Rotdruck heraus zu lesen. Viele große Zeitungen führen die reinliche Trennung zwischen redaktionellem und Inseratenteil seit langem streng durch und es ist interessant, zu wissen, daß diese Blätter meist ausgezeichnete Insertionsorgane sind.

In dieses Gebiet gehören neben den Manipulationen zum Abonnentensfang, wie die Lösung von Problemen, die in Kriminalromanen versteckt sind, auch die Segen-Geschäfte der Inserenten und Verleger, die Angebote der Bäder und Sommerfrischen auf Befreiung der Redakteure von allen möglichen Tagen, sowie die Angebote von Provision auf eingegangene Aufträge.

Der weitblickende Verleger und Reklamesachmann muß die rücksichtslose Zurückweisung dieser Textreklame unbedingt fordern, denn durch die Verquickung des redaktionellen Teiles mit Reklameartikeln verscherzt die Zeitung das Recht, der unparteiische Wortführer der Allgemeinheit zu sein, sie büßt Unabhängigkeit und Macht ein. Damit verliert sie für den Inserenten den Wert als Reklameträger und der Verlust seiner Aufträge entzieht ihr einen wesentlichen Faktor der Existenzmöglichkeit.

Die Gesetze bieten keine Handhabe zur Einschränkung oder Beseitigung dieses Uebels, denn nicht alle Gerichte sind so einsichtig, wie das hanseatische Oberlandesgericht in Hamburg, das in einem Urteil sagt, daß der Text- und Inseratenteil grundsätzlich von einander zu trennen sind und daß dem Inserenten kein Einfluß auf den redaktionellen Teil eingeräumt werden darf oder das Zivilgericht in Genf, das in einer Entscheidung ausgesprochen hat, daß ein Vertrag der ein Blatt verpflichtet, Reklamen im Textteil unterzubringen, unmoralisch sei. Eine Besserung der Verhältnisse ist nur von einem geschlossenen Vorgehen der interessierten Kreise, der Verleger und Intressenten, zu