

Ernst Bollinger: Pressegeschichte II. 1840-1930

Die goldenen Jahre der Massenpresse

Fribourg/Schweiz: Universitätsverlag 1996, 145 S., ISBN 3-7278-1089-0,
DM 35,-

In seinem zweiten Band zur Pressegeschichte bietet der Schweizer Medienwissenschaftler Ernst Bollinger einen interessanten Überblick über die Entwicklung der Massenpresse in den USA und in einigen europäischen Ländern.

Verantwortlich für die rasch wachsenden Auflagenzahlen war für Bollinger die Entstehung der elektrischen Nachrichtenübermittlung mittels Telegrafien, die zur Herausbildung von Nachrichtenagenturen führte. Die *Harbour News Association*, die 1848 in New York gegründete Vorläuferin von AP, gilt demnach als erste Agen-

tur. Schon ein Jahr später folgte in Deutschland Bernhard Wolf mit seinem legendären W.T.B., 1851 eröffnete der Deutsche Paul Julius Reuter in London seine erste Agentur.

Waren die jungen Presseverlage auf diese Weise mit Nachrichten aus aller Welt versorgt, erlaubte das sprunghafte Ansteigen des Anzeigengeschäfts infolge der expandierenden Handels- und Wirtschaftsbeziehungen eine Senkung der Bezugspreise – Zeitungen wurden somit für fast jedermann erschwinglich. Fortsetzungsromane sorgten für die Unterhaltung des Lesers und banden ihn gleichzeitig an 'sein' Blatt. Für Schriftsteller wie Balzac und Dumas in Frankreich oder Fontane und Hauptmann in Deutschland war dies eine willkommene Einnahmequelle und steigerte zudem ihre Popularität.

Den Ursprung der Boulevardpresse siedelt Bollinger im Amerika der 30er Jahre des vorigen Jahrhunderts an: Die *penny press*, benannt nach der 1 Cent teuren *New York Sun*, folgte dem Motto: „Es ist Aufgabe dieses Blattes, der Öffentlichkeit zu einem für jeden erschwinglichen Preis alle Tagesneuigkeiten zu bieten und gleichzeitig eine vorteilhafte Gelegenheit für Anzeigen zu sein.“ (S.49) Publizistische Aufgabe und wirtschaftliches Kalkül harmonisierten in typisch amerikanischer Weise miteinander.

Und weil die Nachrichtenlage nicht jederzeit genügend Sensationelles zu bieten hatte, begann man in den USA schon früh, die gewünschten Ereignisse selbst zu produzieren. J.G. Bennett jun. wird von Bollinger als Erfinder dieser 'stunts' genannt, einer Abart des anglo-amerikanischen Journalismus, die erst heute in Deutschland so richtig gewürdigt wird (sic!). Als König der 'stunts' gilt aber eben jener Joseph Pulitzer, nach dem heute noch der wohl renommierteste Journalistenpreis der Welt benannt ist...

Während diese Pressegattung in Frankreich frühe Nachahmer fand, war das preußische Deutschland noch lange von der politischen Aufgabe der Presse überzeugt. Politische Richtungskämpfe, verdeckte Pressesubventionierungen und obrigkeitstaatliche Zensur waren die bestimmenden Momente der deutschen Presselandschaft. Bezeichnend, daß es ein der politischen Klasse unverdächtig erscheinendes Magazin wie *Die Gartenlaube* war, das es in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mit Auflagen von mehr als 300.000 Abonnenten zu einer Massenverbreitung brachte.

Mit Ullstein, Scherl und Mosse traten dann in den 80er Jahren die ersten deutschen Großverleger auf den Plan, die Auflagen der zumeist in Berlin erscheinenden „Generalanzeiger“ stiegen bis zur Jahrhundertwende bis über 100.000 Exemplare und 1904 bekam die deutsche Hauptstadt dann auch ihre erste Boulevardzeitung mit der *BZ am Mittag* aus dem Hause Ullstein.

Ähnlich wie in Deutschland verlief die Entwicklung der Massenpresse in Österreich, während sich in der Schweiz der Typus der Boulevardpresse erst nach dem 2. Weltkrieg herausbildete.

Ernst Bollinger hat ein mit vielen (teilweise leider wenig aussagekräftigen) Illustrationen und Faksimiles ausgestattetes Buch vorgelegt, das zwar gegenüber den

bekannten deutschen pressegeschichtlichen Klassikern – speziell Dofivat, Koszyk, Olischewski, de Mendelssohn – keine Neuigkeiten bietet, welches stellenweise auch etwas unsystematisch und anekdotenhaft daherkommt, das aber jederzeit unterhaltsam ist und es auch versteht, die unterschiedlichen kulturellen und politischen Traditionen – etwa in den USA und in Deutschland – des Journalismus und der Massenpresse zu veranschaulichen.

Klaus Betz (Berlin)