Das moderne Nachrichtenwesen

Autor(en): **[s. n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Technische Mitteilungen / Schweizerische Telegraphen- und Telephonverwaltung = Bulletin technique / Administration des télégraphes et des téléphones suisses = Bollettino tecnico / Amministrazione dei telegrafi e dei telefoni svizzeri**

Band (Jahr): **19 (1941)**

Heft 2

PDF erstellt am: **20.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-873324

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Das moderne Nachrichtenwesen.

07.01

Wohl eines der wichtigsten und in seinen Auswirkungen bedeutungsvollsten Mittel des Verkehrs von Mensch zu Mensch und von Volk zu Volk ist die *Nachricht* in allen ihren Formen. In den düstern Kriegszeiten, die wir gegenwärtig durchleben müssen, kommt uns das so recht zum Bewusstsein. Dabei handelt es sich keinesfalls um eine Frage, die nur vom *technischen* Gesichtspunkt aus oder im Hinblick auf ihre *staats- und pressepolitische* Auswirkung betrachtet werden darf, sondern um ein Problem von eminent *ethischer* und *soziologischer* Bedeutung. Man darf ruhig behaupten, dass die Nachricht, als das elementarste Mittel jeder Art von Verständigung, zu den *Grundelementen* von *Friede* und *Krieg* in der Welt gehört.

Die Nachricht ist politisches Werkzeug und zugleich Gegenstand der guten wie der schlechten Weltpolitik; in gleicher Weise ist sie Mittel und Gegenstand individueller Verständigung, als Tatsache oder Feststellung. Die Nachricht spielt eine Hauptrolle im wirtschaftlichen Ausgleich in der Welt, im Staate und in der Gesellschaft, und auch hier kann sie der gesunden Wirtschaft förderlich sein oder, als Tendenz, der Korruption und der Spekulation, dem Egoismus dienen. In allen Formen wirkt die Nachricht an sich, losgelöst vom Geber und Empfänger, in fast allen Fällen automatisch weiter, und die geistigen und politischen Wellen, auf denen sie sich fortbewegt, werden immer grösser und gereichen der Welt zum Segen oder werden ihr zum Verhängnis. So ist jeder Aktivist, im Sinne irgendeiner Weltanschauung, an die Nachricht gebunden; sie ist Voraussetzung seiner erfolgreichen Tätigkeit, namentlich dann, wenn er die Nachricht *beeinflussen* kann. Gewöhnlich kennen wir die Nachricht nur in ihrer *Auswirkung*, nicht aber in ihrem *Ursprung*; wir kennen wohl die *Folgen* einer Nachricht, nicht aber ihre *Ursache*. Das gilt besonders vom *Pressenachrichtenwesen*. Um nur ein Beispiel zu nennen: Vor Beginn und während des gegenwärtigen Krieges, besonders während jener Monate des „merkwürdigsten aller Kriege", wurden zahllose falsche Nachrichten verbreitet, lediglich um den Charakter der Reaktion bei andern festzustellen, den die wissentlich gefälschte Meldung ergeben würde. Es wird aber nicht nur versucht, den militärischen Gegner durch die Herausgabe falscher Nachrichten irrezuführen, sondern in ebenso zahlreichen Fällen ist das grosse Publikum der kriegführenden wie der neutralen Völker zum Gegenstand der Täuschung ausersehen; die Meldungen über die Flugzeugverluste z. B. stimmen dermassen schlecht miteinander überein, dass sie auch von einem wenig kritisch eingestellten Leser der Nachrichten nur skeptisch zur Kenntnis genommen werden.

Das *Kriegsnachrichtenwesen* ist nun allerdings seiner Natur nach eine vorübergehende Erscheinung, die jedoch am ausgeprägtesten dartut, in wie hohem Masse dem Nachrichtenwesen ganz allgemein das *reine Ethos* fehlen kann.

Dass sich die moderne Zeitung aus dem *Brief* entwickelt hat, dürfte heute, nach dem Ergebnis vieler Untersuchungen und Forschungen, wohl unbestritten sein.[1]) Es handelt sich dabei um die allerersten Versuche, die zeitungsgeschichtlich noch nicht ganz als Pressenachrichtenwesen im Sinne unserer heutigen „Pressenachricht" gewertet werden können. Dagegen können wir festhalten, dass schon das Konsulat Cäsars eine Art Pressenachrichtendienst kannte, mit Korrespondenten, die gewerbemässig unter der Kontrolle des Konsuls und seiner Vertrauten ihre Berichte sammelten und verkauften. Höhepunkte des Nachrichtenwesens aber brachte, unter dem Einfluss des Christentums und besonders der Klöster, das Mittelalter. Die wandernden Klosterboten, die freien Kaufmannsbriefe, die Schilderungen, die Marktfahrer und die Sondermissionen der fürstlichen und kaiserlichen Kuriere waren Nachrichtenvermittler und um das Jahr 1000 bestand dieser Briefdienst bereits in ausgedehntem Masse. Im 12. Jahrhundert beförderten die Venetianer auf ihren Schiffen nebst den Waren auch die Nachrichten von und nach dem Hofe von Byzanz. Als Verkehrszentrum war *Venedig* Umschlagplatz für Nachrichten, die sich nicht bloss auf den Handel und die Schiffahrt bezogen, sondern allgemein interessant, politisch waren.

Die *Kreuzzüge* brachten mit ihrem massenhaften Personen- und Warenverkehr einen ungeheuren Aufschwung der Schiffahrt und des Handels und dazu einen besonders lebhaften Nachrichtenverkehr zwischen den Kreuzfahrern und Europa. Der Waren- und Geldhandel Westeuropas konzentrierte sich in der *Champagne*; Lagny, Provins und Troyes waren grosse Messen- und daher Nachrichtenzentren, und schon damals ging es um das *Interesse der Klasse*, im Sinne der alten Feudalstände, also der Kaste, seltener aber doch auch schon des einzelnen. Noch stärker traten diese Interessentendenzen hervor in Venedig, Rom, Nürnberg, Augsburg, Frankfurt und Antwerpen in der zweiten Hälfte des 15. und während des 16. Jahrhunderts; von diesen Plätzen aus ging der regelmässige Botenverkehr und der Postdienst der Regierungen, vor allem des Deutschen Kaisers, des Königs von Frankreich und des Dogen von Venedig. Auch private grosse Handelshäuser organisierten im 16. Jahrhundert auf eigenes Risiko ihre Informationsdienste. Der gesamte Aufbau des damaligen Nachrichtendienstes war ausschliesslich *staatspolitisch* im imperialistischen Sinne, *wirtschaftspolitisch* im erwerbenden Sinne und nicht zuletzt *zensurtaktisch* im polizeilichen Sinne. Lediglich der Nachrichtendienst zwischen den Monarchen und dem Papste hielt sich im allgemeinen in *weltanschaulicher* Sphäre.

In der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts unterhielten die Handelshäuser Fugger und Welser ihre besondern Korrespondenzbureaux, die die Nachrichten sammelten und an ihre ständigen Abonnenten weiterleiteten. Das Sammeln von „neüwen Zey-

[1]) *Prutz:* Geschichte des deutschen Journalismus, 1845.
Grasshoff: Die briefliche Zeitung des 16. Jahrh., 1877.
Steinhausen: Geschichte des deutschen Briefes, 1891.
Archiv für Post und Telegraphie, 1895.
Bücher: Entstehung der Volkswirtschaft, 1904.

tungen" war bereits ein Gewerbe geworden, und als die Taxische Post sich immer weiter ausdehnte, entstand die *geschriebene Wochenzeitung*, die Vorläuferin der gedruckten Zeitung.

Das Jahr 1609 brachte die ersten gedruckten Zeitungen, nämlich die „Strassburger Zeitung" und die „Augsburger Zeitung". Trotzdem blieb die Zeitung auf dem europäischen Festlande ziemlich bedeutungslos bis zum Ausbruch der *französischen Revolution*. Seit diesem Zeitpunkt aber ist die Zeitung eine Erscheinung von grösster Wichtigkeit für das staatliche Leben geworden, als Verbreiterin und Trägerin der herrschenden Ideen. Immerhin musste die Presse noch mancherlei Entwicklungsperioden durchkämpfen, bis es ihr gelang, durch die Wirrnisse des 19. Jahrhunderts hindurch ihren heutigen Geltungs- und Organisationsstand zu erreichen. Erst im dritten Jahrzehnt des vergangenen Jahrhunderts verbesserten sich die Postverhältnisse so, dass die Zeitungen zu wirklicher Geltung kamen, und erst dann setzte die eigentliche Organisation des Nachrichtendienstes ein, als der *elektrische Telegraph* in den Dienst der Presse gestellt werden konnte. Als historisches Datum für die Einführung der *telegraphischen* Presseberichterstattung gilt der 5. Oktober 1849, an welchem Tage die „Kölnische Zeitung" das *erste Zeitungstelegramm* veröffentlichen konnte; zwei Tage später folgte die erste Börsendepesche.

In den 50er und 60er Jahren wurden dann die *Kabelverbindungen* zwischen Frankreich und England und Amerika hergestellt. Und damit beginnt ein neues Kapitel in der Geschichte des Nachrichtenwesens, nämlich die Geschichte der *Depeschenagenturen*.

Schon in den politischen Stürmen der dreissiger und vierziger Jahre des vorigen Jahrhunderts machte sich in fast allen Ländern das Bedürfnis nach Schaffung zuverlässig arbeitender *Nachrichtenzentralen* geltend, die imstande sein würden, die zu besonderer Wichtigkeit gelangte Presse mit Nachrichten zu versorgen.

Im Hôtel de Bouillon an der rue Platrière in Paris erwarb *Charles Havas*, ein während der Kontinentalsperre reichgewordener Kaufmann, im Jahre 1835 die „Correspondance Garnier", ein kleines Nachrichtenbureau, das sich in der Folge als „Agence Havas" Weltbedeutung zu erringen vermochte. Havas lieferte den Pariserzeitungen und später auch den wichtigeren Provinzblättern vervielfältigte Auszüge aus allen europäischen Zeitungen zum Preise von 600 Franken jährlich. Vor der Eröffnung des Telegraphenverkehrs unterhielt die „Agence Havas" zwischen Paris, Brüssel und London eine *Brieftaubenpost*, die dermassen gut funktionierte, dass die Berichte der Londoner Morgenpresse schon mittags in Paris gedruckt werden konnten. 1860 schloss Havas mit 200 Blättern einen Vertrag ab, demzufolge er ihnen Nachrichten lieferte, während die Zeitungen sich verpflichteten, der Agentur täglich eine gewisse Seitenzahl für Reklamezwecke zu überlassen. Ein Konkurrenzunternehmen, die „Agence Continentale", wurde 1862 von der französischen Regierung verboten, womit der Charakter der „Agence Havas", als *offiziöses* Nachrichtenbureau der Regierung, gekennzeichnet war. Das Einflussgebiet der Agentur erweiterte sich sehr rasch: in Spanien, Griechenland, später in Jugoslawien, Polen, Rumänien und der Tschechoslowakei entstanden Nachrichtenbureaux mit Havasgeld. Von grösstem Einfluss blieb Havas sodann auch in Südamerika und besonders im französischen Kolonialreich in Afrika. Ueberall in diesen Ländern unterhält Havas eigene Filialen, denn der zuverlässige Nachrichtendienst ist für Frankreich, dessen *Kapital* in der ganzen Welt engagiert ist und dessen *Handelsbeziehungen* sich über alle Erdteile erstrecken, von grösster Bedeutung.

Wie alle europäischen Agenturen blieb Havas lange Zeit von der englischen Agentur Reuter abhängig, denn die Engländer waren im alleinigen Besitze der Seekabel. Erst die Verwicklungen in Tonking 1885 und 1893 und in Marokko 1894 veranlassten Frankreich, eigene Kabel zu legen, wodurch die Machtstellung der Republik gehoben und die Bedeutung ihrer offiziösen Nachrichtenagentur erhöht wurde. Die „Agence Havas" ist eine Aktiengesellschaft; die Aktien sind Namenaktien; Sitz der Gesellschaft ist Paris.

Am 31. Dezember 1933 ist das *Wolffsche Telegraphenbureau*, eine Institution, die für das politische und wirtschaftliche Gedeihen des *Deutschen Reiches* von grosser Bedeutung war, die für des alten und neuen Deutschlands Aufstieg, Ehre und Ansehen gekämpft und dessen geistige Verteidigung stets unermüdlich vermittelt hat, aufgelöst und mit der Telegraphenunion zum *„Deutschen Nachrichtenbureau"* vereinigt worden.

Die Berliner Depeschenagentur wurde anfangs 1849 von Dr. med. *Bernhard Wolff* gegründet und diente vorerst nur den zwei Blättern des Gründers, der „Nationalzeitung" und der „Bank-, Börsen- und Handelszeitung". Die Agentur, die den Namen „Telegraphisches Korrespondenz-Bureau Bernhard Wolff" führte, gab zuerst lediglich Börsenkurse weiter und solche politische Nachrichten, die diese zu beeinflussen vermochten. 1855 begann sie auch politische Telegramme zu verbreiten. 1865 ging das Unternehmen über an die Kommanditgesellschaft Wimmel und Wetzel, aus der in der Folge die Aktiengesellschaft der „Kontinental-Telegraphen-Kompagnie" entstanden ist. Wolff blieb Direktor seiner Gründung bis 1871; er kaufte schon früher die zwei andern deutschen Nachrichtenagenturen, nämlich Wagner in Frankfurt und Bolsmann in Bremen, und gliederte sie seinem Berliner Bureau ein. Bezüger der Wolffdepeschen waren vorderhand, merkwürdigerweise, nicht die Zeitungen, sondern Private, Banken, die Ministerien und die Fürstenhöfe. Den guten Beziehungen zu den zahlreichen deutschen Höfen hatte Wolff seinen ungeheuren Aufstieg zu verdanken, denn durch sie erreichte die Agentur eine Monopolstellung, wurde *offiziöse* Nachrichtenvermittlerin und belieferte als solche dann weit über 3000 deutsche Zeitungen. Im Lande herum unterhielt Wolff über fünfzig Filialen. Sein eigentliches Geschäftsgebiet umfasste vor dem Weltkriege Deutschland, Dänemark, Schweden, Norwegen, Russland und die deutschen Kolonien. Für den überseeischen Dienst war Wolff ebenfalls, wie Havas, lange Zeit stark von Reuter abhängig, da die meisten Kabel unter englischer Kontrolle stehen. Um sich in dieser

Beziehung von der ausländischen Beeinflussung unabhängig zu machen, gründete das Bankhaus Asher in Berlin um die Jahrhundertwende die deutsche Kabelgrammgesellschaft, eine Tochtergesellschaft von Wolff, mit 300 000 Mark Aktienkapital.

Die Nachrichtenverteilung vollzog sich zum grössten Teil von Berlin aus, meistens telephonisch, wenn es sich um politische oder wirtschaftspolitische Angelegenheiten handelte, dagegen immer telegraphisch bei Börsenkursen.

In Berlin selbst erfolgte die Bedienung der Redaktionen gleichzeitig durch ein technisch vorzüglich angelegtes Ferndruckersystem, dessen patentamtlich geschützte Apparate dem Wolffbureau, bzw. der mit ihm identischen Ferndruckergesellschaft gehörten und auf gemieteten Drähten der Reichspostverwaltung betrieben wurden.

Wolffs ausgezeichnete Beziehungen zu den frühern Regierungen, namentlich der Kaiserzeit, befähigten die Agentur zu sehr schneller Nachrichtenverbreitung, und wenn gar ein Interesse des Hofes an der raschen Bekanntmachung einer Ereignismeldung vorlag, so vermochte sie erstaunliche Arbeit zu leisten. Zu Potsdam unterhielt sie einen eigenen Hofberichterstatter, der alle Reisen des Kaisers mitmachen musste und bei besondern Anlässen, z. B. beim Kaiserbesuch in der Schweiz im Jahre 1912, von einem grossen Stab von Mitarbeitern unterstützt wurde. Ausser Wolff durfte niemand eine Kaiserrede verbreiten, und mit den süddeutschen Hofmarschallämtern stand die Agentur in fortwährender, enger Verbindung.

Die Aktiengesellschaft Wolff war stets ein einträgliches Geschäft und vermochte schon vor dem Weltkriege eine jährliche Dividende von 10% zu verteilen, als das Aktienkapital bloss eine Million Mark betrug; die Telegramm- und Telephongebühren überstiegen schon damals vier Millionen Mark im Jahr. In den Nachkriegsjahren hat sich der Gebührenumsatz vervielfacht.

Das Wolffsche Telegraphenbureau an der Zimmerstrasse zu Berlin gehört nun der Geschichte an; es vermochte seine selbständige Weiterexistenz nach der politischen Umwandlung in Deutschland nicht mehr zu behaupten und ist ebenso ehrenvoll untergegangen wie es ehrenvoll für Deutschland gekämpft hat, in guten und in schlechten Tagen, fünfundachtzig Jahre lang.

Der politischen und wirtschaftlichen Weltstellung *Grossbritanniens* entspricht die Bedeutung seiner Depeschenagentur „*Reuters Telegram Company, Limited*". Auch diese Agentur weist eine interessante Entwicklungsgeschichte auf. *Julius Reuter* war ebenfalls Deutscher. 1847 gründete er in Berlin gemeinsam mit Joseph Stargardt eine Buchhandlung. Ein Jahr später war er in Paris, wo er als Emigrant eine Anstellung als Uebersetzer bei Havas fand. Nach kurzer Zeit schon gründete er in Paris eine eigene Zeitungskorrespondenz und, als die Telegraphenlinie Berlin—Aachen erstellt war, ein Depeschenbureau in Aachen. Auch Reuter überbrückte das noch fehlende Stück der Telegraphenleitung Berlin—Paris, nämlich die Strecke Aachen—Brüssel, mittels einer Brieftaubenpost. Dieser kombinierte Betrieb dauerte zwei Jahre. Mit der durchgehenden Verbindung Berlin—Paris wurde das Depeschenbureau in Aachen überflüssig und Reuter ging nach London. Er hatte es nicht leicht, denn die bedeutendste englische Zeitung, die „Times", unterhielt eigene Korrespondenten und liess sich nicht dazu herbei, die Dienste der neuen Agentur in Anspruch zu nehmen. Als aber der Bericht über den berühmten Neujahrsempfang Napoleons III. im Jahre 1859 schneller zu den bei Reuter abonnierten Morgenblättern als in die Redaktion der „Times" gelangte, war dieses grösste englische Blatt besiegt. Das Reuterbureau wuchs schnell zu einem Weltunternehmen heran; es liess vorerst das Kabel London—Hannover verlegen, 1869 sorgte es für Legung des grossen transatlantischen Kabels zwischen Frankreich und Amerika, bald darauf für die Verbindung mit Ostindien. Die ganze Erde überzog sich mit einem Netz von Reuteragenturen. Julius Reuter selbst starb 1899 in Nizza als englischer Baron.

Die Agentur gründete in *Japan* und *China* eigene Nachrichtendienste, wodurch England in Ostasien den Schalthebel der öffentlichen Meinung in die Hand bekam. Im später folgenden Weltkrieg wirkten sich diese Beziehungen mächtig aus. Der Reuteragentur wurde schliesslich noch eine Bankabteilung angegliedert.

Im Jahre 1850 kam es in *Wien* zur Gründung der ersten „*Oesterreichischen Korrespondenz*", die am 10. Dezember 1859 vom „*K. K. Telegraphen-Korrespondenzbureau*" abgelöst wurde.

Bald beherrschte das inzwischen zustande gekommene Kartell dieser Agenturen mit den in der Folge gegründeten jüngern Agenturen den Weltnachrichtenmarkt und damit, im Wege eines Ringes von zahlreichen andern europäischen und überseeischen Nachrichtenagenturen, einige Jahrzehnte lang durch die Tagespresse *die öffentliche Meinung der Welt.*

Von etwas weniger wichtigem Einfluss, mehr von nationaler Bedeutung, war vor dem Weltkrieg die „*Petersburger Telegraphenagentur*", deren Wirkungsbereich sich vornehmlich auf das innere Asien und, in Rivalität mit Reuter, auf Persien erstreckte.

Die italienische Telegraphenagentur, die „*Agenzia Stefani*" in Rom, kam anfänglich nur für italienische Nachrichten in Betracht und war zu normalen Zeiten wesentlich von den grossen Agenturen abhängig. In den letzten Jahren aber spielt die italienische Agentur eine bedeutsame Rolle weit über das Imperium hinaus.

In allen europäischen Staaten und auch in den meisten Ueberseestaaten gibt es eine Hauptagentur, die sog. *Landesagentur*. Einige davon, z. B. die „Schweizerische Depeschenagentur", sind auf vollständig unabhängiger, *gesellschaftlicher* Grundlage aufgebaut; andere lehnen sich mehr oder weniger an die *Staatsbehörden* an und wieder andere sind reine *Staatsagenturen*. Einzig in den Vereinigten Staaten von Nordamerika bestehen *zwei* ungefähr gleich wichtige *Grossagenturen*, die 1858 von der Presse gegründete „*Associated Press*" und die „*United Press*", eine Gründung der Nachkriegszeit. Auf die Entwicklungsgeschichte dieser Agenturen einzugehen, würde zu weit führen. Dagegen soll von unserer eigenen Landesagentur noch kurz die Rede sein.

Die „*Schweizerische Depeschenagentur*“ ist gegründet worden, um der zunehmenden Beeinflussung der schweizerischen Oeffentlichkeit durch ausländische Nachrichtenagenturen entgegenzutreten; es handelte sich demnach bei der Schaffung dieser Institution nicht um eine geschäftliche, sondern hauptsächlich um eine *nationale* Angelegenheit. Der nationale Charakter, den die Gründer der Agentur in erster Linie ins Auge gefasst hatten, ist ihrem Werke stets geblieben bis auf den heutigen Tag. Es hat zwar vom Auslande her nicht an Bemühungen gefehlt, das Vertrauen in die Agentur, in ihre Neutralität und Objektivität zu untergraben, aber diese Versuche, während des Weltkrieges und wiederum in den Jahren 1922/23, blieben erfolglos.

Die Aktiengesellschaft Schweizerische Depeschenagentur wurde am 25. September 1894 in Bern gegründet und begann ihre Tätigkeit am 1. Januar 1895. Ihr stand das Syndikat schweizerischer Zeitungen, ein Vorläufer des 1899 gegründeten schweizerischen Zeitungsverlegervereins, zu Gevatter. Sitz der Gesellschaft ist Bern; Filialen bestehen in Basel, Zürich, Genf und Lugano; alle Filialen sind ununterbrochen mit dem Hauptbureau in Bern und unter sich telephonisch verbunden. Ursprünglich vollzog sich der Nachrichtendienst mit dem Ausland ausschliesslich telegraphisch und brieflich; seit 1900 steht dem Auslandsdienst auch das Telephon zur Verfügung, das die telegraphische Korrespondenz fast ganz verdrängt hat. Seit 1920 erfuhr die Technik der Nachrichtenübermittlung in der Agentur einen Fortschritt nach dem andern: auf die Verwendung der drahtlosen Telegraphie folgte 1925/26 jene der drahtlosen Telephonie; dann kamen der Tickerdienst und die Fernschreibmaschine.

Der Umsatz der Originalworte, von 365 700 im ersten Betriebsjahr, hat sich bis heute ungefähr verfünfzehnfacht; zu der gewöhnlichen Berichterstattung sind im Laufe der letzten Jahre ein eigener Sportdienst, ein Bild- und Clichédienst und ein Finanz- und Handelsdienst hinzugekommen.

Im Gegensatz zu den ausländischen Agenturen in einsprachigen Ländern hat die Schweizerische Depeschenagentur die nicht mühelose Aufgabe übernommen, ihr Nachrichtenmaterial gleichzeitig in deutscher, französischer und italienischer Sprache zu verbreiten. Dadurch leistet sie in aller Stille eine von der Oeffentlichkeit zwar wenig beachtete, dafür aber nicht weniger bedeutsame Kulturarbeit, indem sie für Verbindungen zwischen den einzelnen Landesteilen sorgt und diese geistig zusammenführt.

Ursprünglich war die Agentur, soweit es sich um Auslandsnachrichten handelte, fast ganz auf die grossen Agenturen Wolff und Havas angewiesen; während des Weltkrieges aber, als *Bern* der eigentliche *europäische Nachrichtenumschlagsplatz* geworden war, entstand eine Reihe von neuen direkten Nachrichtenlieferanten, die vorher nur über Paris oder Berlin meldeten, so Reuter, Stefani, die Agenturen in Wien, Konstantinopel, Petersburg, Warschau, Sofia, Budapest, Riga u. a.

Daneben tauchte in den Kriegsjahren eine ganze Reihe Propaganda- und Nachrichtenagenturen auf, die in irgendeinem Solde standen und die sog. „Auslandpropaganda“ betrieben; auf Schweizergebiet zählte man zu gewissen Zeiten nicht weniger als 46 solcher Nachrichtenbureaux, die öffentlich bekannt waren und die nach Kriegsende fast alle wieder verschwanden.

Dagegen erweiterten sich die Beziehungen der Depeschenagentur zu den 1918 entstandenen *neuen Landesagenturen* in Polen, Litauen, Lettland, Estland, Finnland, Russland, Tschechoslowakei, Rumänien, Bulgarien, Griechenland, Jugoslawien, Albanien, Ungarn, Schweden, Belgien, Holland, Türkei, Spanien. U. S. A., Japan.

Die Presseberichterstattung unserer Agentur nahm in den Nachkriegsjahren an Umfang und Wichtigkeit beständig zu; ihre Dienste für die schweizerische Presse sind heute ebenso unentbehrlich wie das Kulturgut der Pressefreiheit selbst.

Der Weltkrieg hat aber nicht nur eine Menge vorübergehender Nachrichtenagenturen geschaffen, sondern er hat die ideelle und kommerzielle Struktur und ganz besonders die technische Organisation des bestehenden Nachrichtenwesens von Grund auf revolutioniert. Die Zerreissung früherer Bindungen, die Umwertung alles Bestehenden, hat im Nachrichtenwesen ungeheures Unheil angerichtet. Nach dem Weltkrieg dauerte das Misstrauen zwischen den Nationen noch weiter, es entstanden neue Gegensätze und für den Nachrichtendienst daher neue Probleme.

Der Weltkrieg und seine Folgen liessen aber auch eine Reihe neuer Landesagenturen entstehen, die unter sich und mit den bisherigen Agenturen in Verkehr standen. Einige von ihnen suchten gegenseitig festeren Zusammenschluss zur gemeinsamen Wahrung ihrer Interessen.

So wurde von Prag, Bern, Wien und Budapest aus, zusammen mit Mailand, die Initiative ergriffen für die Schaffung eines den besonderen Bedürfnissen dieser Agenturen entsprechenden Wirtschaftsdienstes. Diese Gruppierung von Agenturen trat damit vorübergehend in einen Gegensatz zu Reuter und Havas. Aus den in Paris geführten Verhandlungen entstand dann ein erster Versuch zu einer europäischen Zusammenarbeit auf breiter Basis.

Der Versuch ist gelungen, wenn auch der eigentliche *Weltdienst* im Nachrichtenwesen weiterhin zwischen Reuter, Havas, Deutschem Nachrichtenbureau und Associated Press, wozu noch Stefani trat, aufgeteilt blieb.

Am 6. Juni 1924 fand die erste *internationale Konferenz* der Telegraphenagenturen in *Bern* statt; damit war der grosse Ring der internationalen Nachrichtenbureaux, auf neuen Grundlagen, wiederum geschlossen und eine Art *Völkerbund* der Telegraphenagenturen gegründet. An der Konferenz nahmen 29 amtliche und halbamtliche Agenturen teil, die sich zu einem *Nachrichtenkartell* zusammenschlossen, um nach einheitlichen Normen zu arbeiten, in ständigem Austausch der Nachrichten zu bleiben und sich, im allgemeinen, gegenseitig den *territorialen Monopolcharakter* zuzugestehen. Zu diesem Kartell kam noch eine grosse Zahl von affiliierten Agenturen ausserhalb von Europa, z. B. in U. S. A., in Indien, Japan, Kanada, Australien und Neuseeland, die durch ihre Zusammenarbeit mit Reuter in das grosse internationale Nachrichtennetz der „Agences alliées internationales“ eingebaut wurden.

Im Oktober 1925 fand in *Rom* die zweite internationale Konferenz statt; weitere Konferenzen folgten in *Warschau*, am europäischen Bosporus in *Therapia*, *Budapest*, *Athen*, *Riga*, *Belgrad*, *Stockholm* und *Oslo*. 1931 wurde in *Amsterdam* die „Compagnie Européenne des Tickers" gegründet, an deren Wiege 20 Agenturen, worunter auch die schweizerische, standen.

Bei Ausbruch des neuen europäischen Krieges waren dem Kartell folgende *Landesagenturen* angeschlossen:

Agence Télégraphique Belge (Belgien).
Balgarska Telegrafna Agentzia (Bulgarien).
Ritzaus Bureau (Dänemark).
Deutsches Nachrichtenbureau (Deutschland).
Eesti Telegraafi Agentuur (Estland).
Suomen Tietoimisto (Finnland).
Agence Havas (Frankreich).
Agence d'Athènes (Griechenland).
Reuters Limited (Grossbritannien).
Agenzia Stefani (Italien).
Agence Avala (Jugoslawien).
Latvijas Telegrafa Agentura (Lettland).
Lietuvos Telegramu Agentura (Litauen).
Allgemeen Nederlandsch Persbureau (Niederland).
Norsk Telegrammbyraa (Norwegen).
Amtliche Nachrichtenstelle (Oesterreich; bis zum Anschluss).
Polska Agencja Telegrafniczna (Polen).
Rador (Rumänien).
Tass (Russland).
Fabra (Spanien).
Chekiai (China).
Pars (Persien).
Domei (Japan).
Associated Press (U. S. A.)
Tidningarnas Telegrambyra (Schweden).
Schweizerische Depeschenagentur (Schweiz).
Ceskoslovenska Tiskova Kancelar (Tschechoslowakei).
Magyar Tavirati Iroda (Ungarn).
(Portugal wird von Havas, Paris, vertreten.)

Innerpolitische Umgestaltung hat in der Folge in einer Reihe von Ländern dazu geführt, die *Freiheit der Presse* ganz oder teilweise aufzuheben, worunter die Vollständigkeit und Objektivität des Informationsdienstes naturgemäss stark zu leiden hat.

Im übrigen gibt es im Nachrichtenwesen weder organisatorisch und noch viel weniger technisch ein Ausruhen und niemals einen Stillstand, sondern nur Entwicklung und Fortschritt, oder, wie man jetzt sagt, Dynamik.

Gerade in den letzten Jahren erfolgte eine bedeutsame Wandlung in der *Nachrichtentechnik* durch die Einführung des bedienungsfreien Fernschreibers, drahtlos oder mittels Drahttelegraphie betrieben. Telephon, Telegraph, Diktaphon, Rundspruch, überhaupt alle Errungenschaften der Nachrichtentechnik, werden heute in den Dienst des Nachrichtenwesens gestellt, und die ganze Welt ist so von einem ungeheuren Netz vielfältig ineinander verwobener Organisationen umspannt, die dem Informationsbedürfnis der Menschheit dienen und die sogenannte *öffentliche Meinung* darstellen und formen.

An zwei internationalen *amtlichen* Konferenzen, in *Kopenhagen* im Jahre 1932, und in *Madrid* im Jahre 1933, wurden Mittel besprochen, wie der Verbreitung falscher und tendenziöser politischer Nachrichten in der Presse entgegengetreten werden könnte, wobei eine Reihe von Resolutionen gefasst wurden. Es hat sich also im Laufe der Zeit, insbesondere in der Nachkriegszeit, ergeben, dass man nicht haltmachen darf beim *gewerblich-materiellen* Nachrichtenschutz, sondern dass dieser Schutz ausgedehnt werden muss auf den *Inhalt* der Nachricht und deren *ethische Reinheit*.

Die Vertreter der zu der Madrider Konferenz beigezogenen Nachrichtenagenturen erklärten dort, dass die Bekämpfung von Falschmeldungen am wirksamsten erfolge, wenn an der Quelle angesetzt werde, also bei den amtlichen Nachrichtenlieferanten. Die seriösen Nachrichtenagenturen hätten stets das Bestreben, nur wahre Nachrichten zu verbreiten.

Die gegenwärtig noch herrschende Undurchsichtigkeit der Struktur des internationalen Nachrichtenwesens, als Gesamtheit betrachtet, hängt zu einem geringen Teil mit der Rückständigkeit der Zeitungswissenschaft zusammen, speziell auf diesem Gebiete; in der Hauptsache aber ist sie das Ergebnis absichtlicher Verschleierung von Zusammenhängen politischer und wirtschaftlicher Natur, denn die Nachricht ist allerwichtigstes Kampfmittel der Politik und Wirtschaft.

Wenn nicht alles trügt, so wird der gegenwärtige Krieg auch im internationalen Nachrichtenwesen mancherlei Wandel bringen, denn die grosse Masse in den Völkerschaften wird künftighin die *Wahrhaftigkeit der Informationsquellen* strenger prüfen als bisher und anstatt der Verhetzungstendenz lieber dem *Tatwillen* folgen zur *Versöhnung* von Mensch zu Mensch und von Volk zu Volk, *im Geiste des Friedens*.

-lh-

Besuch und Verkehrsberatung der Teilnehmer.

659.1:654.15.

Im Frühjahr 1935 hatte sich die Konferenz der Kreisdirektoren und Telephonchefs mit einer Anregung der damaligen Kreisdirektion Olten zu befassen, die dahin ging, die Teilnehmer eines automatischen Telephonnetzes seien nach erfolgtem Systemwechsel persönlich zu besuchen und zu beraten. Es wurde damals gesagt, erfahrungsgemäss daure es immer eine gewisse Zeit, bis sich die Teilnehmer mit der Neuerung soweit vertraut gemacht hätten, dass sie den Automaten auch benützen und aus ihm den grössten Nutzen ziehen könnten. Auf diese Anregung hin wurden die Telephondirektionen und -ämter beauftragt, versuchsweise die Beratung der Teilnehmer an die Hand zu nehmen und mit ihr eine *Verkehrswerbung* zu verbinden, d. h. die Teilnehmer zu *vermehrter Benützung* ihres Telephonanschlusses anzuregen. Da sich aus den ersten Berichten ergab, dass die Sache durchwegs auf frucht-