Amtliche Öffentlichkeitsarbeit im Ersten Weltkrieg

Zusammenstellung der Texte

Eva Becker, Tobias Liebert, Eva Siegmund

Inhalt:

1 Kommunikation und Krieg – eine Einleitung	1
1.1 Kommunikation im Krieg (T.L.; E.B., E.S.)	1
1.2 Journalisten im Krieg (T.L.)	2
1.3 Kriegsverlauf (E.B., E.S.; T.L.)	3
2 Organisation amtlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf nationaler Ebene	4
2.1 Zu Kriegsbeginn 1914 (E.B., E.S., T.L.)	4
2.2 Kommunikation gegenüber dem Ausland (T.L.)	6
2.3 Organisatorische Verbesserungen 1915 (E.B., E.S., T.L.)	7
2.4 Personelle und organisatorische Wandlungen 1916 (E.B., E.S., T.L.)	8
2.5 Reorganisation der Pressearbeit 1917 (T.L.)	10
2.6 Reformanstrengungen 1918 (E.B., E.S., T.L.)	11
3 Zensur als zentrales Element militärischer und staatlicher Kommunikation im Krieg (E.B., E.S., T.L.)	11
3.1 Zensur 1914-1915	11
3.2 Zensur 1916-1918	12
3.3 Umfassende Zensur und Überwachung	12
3.4 Die Oberzensurstelle	13
4 Strategie und Stil (E.B., E.S., T.L.)	13
4.1 Traditionalisten – Modernisten – Reformisten	13
4.2 Die Traditionalisten 1914-1916	14
4.3 Die Modernisten 1916-1917	15
4.4 Die Reformisten 1918ff.	16
5 Anhang	17
5.1 Die Autoren der Texte über die amtliche Öffentlichkeitsarbeit 1914-1918	17
5.2 Literaturverzeichnis (insbesondere Hausarbeit von E.S. bzw. Texte von E.B. und E.S.)	18

1 Kommunikation und Krieg – eine Einleitung

1.1 Kommunikation im Krieg (T.L.; E.B., E.S.)

Medien und Krieg

Nicht alle der nachfolgend behandelten Kommunikationsziele und -maßnahmen entsprechen in sachlicher und/oder ethischer Hinsicht einem modernen Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit. Unter den *Bedingungen des kaiserlichen Obrigkeitsstaates* und noch dazu *des Krieges* wurden vielfältige Kommunikationsanstrengungen (einschließlich der Verhinderung von Kommunikation mittels Zensur) entfaltet, die unter kommunikationstypologischer Sicht teilweise der Propaganda bzw. der Kommunikations- und Medienpolitik zuzurechnen sind.

„Die Presse als Mittel der Kriegführung“ lautet das Einleitungskapitel einer Arbeit von *Bertkau*. Darin zitiert er den Nationalökonom und Begründer der Zeitungswissenschaft *Karl Bücher* wie folgt: „(S)eit Erfindung der Buchdruckerkunst“ gehe „jedem Kriege mit den Waffen ein Krieg mit der Druckerschwärze zur Seite (...), in dem jede Partei die öffentliche Meinung für sich zu gewinnen sucht“ (Bücher 1915, zit. nach Bertkau, S. 2).

Im Ersten Weltkrieg wurde der einfache Mensch erstmals in der Geschichte zum „Objekt so gezielter, alle Lebensbereiche erfassender Formen der Beeinflussung“ (Verhey 1997, S. 176; vgl. auch Liebert 1999, Verhey 1999, S. 39ff. und 47). Ob es allerdings in Deutschland eine systematische und geplante ideelle und kommunikative *Vorbereitung* auf den Weltkrieg gegeben hat, ist nach Kunczik (1997, S. 137) umstritten. Zweifellos dürfte die seit dem Ende des 19. Jahrhunderts zugenommene Rolle militaristischer und imperialistischer Politik latent in diese Richtung gewirkt haben. Und sicher existierten konkrete Bemühungen bestimmter Gruppierungen oder Persönlichkeiten, wie beispielsweise von Paul Rohrbach (1869-1956).¹

Doch wie dem auch sei: Zu *Kriegsbeginn* 1914 zog sich durch alle Schichten der Bevölkerung und auch durch die verschiedenen Parteien eine *Kriegsbegeisterung*, die in der Literatur und der damaligen Propaganda mit „Geist von 1914“ oder „Burgfrieden“ tituliert wird. Zwar habe es bereits im Sommer 1914 Gruppen innerhalb der Bevölkerung gegeben, die dem Krieg kritisch gegenüberstanden; der Großteil der Deutschen jedoch war vom Krieg begeistert. Schulze spricht von einer sozialpsychologisch erklärbaren Reaktion „auf den als unerträglich empfundenen außenpolitischen Druck wie auf den Verlust der inneren Einheit“ in den Jahren zuvor (Schulze 1996, S. 155).

Anfang 1917 hingegen ersehnte ein Großteil der Bevölkerung eine Beendigung des Krieges.²

Zunehmende Bedeutung von öffentlicher Meinung und Volksstimmung

Interessant ist, dass mit dem Anhalten der Kampfhandlungen und dem Abflachen der Begeisterung die Relevanz der „Volksstimmung“ für den Ausgang des Krieges von dem Kommunikationspolitikern mehr und mehr erkannt wurde: Durchaus widerstrebend habe man im Kriegsverlauf akzeptiert, dass in der modernen Industriegesellschaft die „Durchsetzung politischer Ziele von der Zustimmung der Bevölkerung abhängig“ sei, und damit sei klar geworden, dass politische Entscheidungen vermittelt werden mussten. „Öffentlichkeitsarbeit wurde

¹ Vgl. Kunczik 1997, S. 138f. und http://de.wikipedia.org/wiki/Paul_Rohrbach Vgl. auch Verhey 1999, S. 46.

² Vgl. Ackermann 2004, S. 189.

als zentrales Feld der Politik entdeckt“ (Schmidt 2006, S. 9). Uneinig war man sich, so Schmidt, jedoch über die Konsequenzen dieser Einsicht. Ohne Zweifel hat der Erste Weltkrieg eine *Ausweitung und „Strategisierung“* von persuasiver Kommunikation und von Öffentlichkeitsarbeit gebracht.

Im damaligen Deutschland wurde – befördert durch das negative Ergebnis des Krieges – eine *Überlegenheit der alliierten über die deutsche Weltkriegspropaganda* beklagt. Diese These, für die durchaus Indizien sprechen, lieferte (auch oder primär) außermilitärische Ursachen für die deutsche Kriegsniederlage und konnte damit die Militärs von ihrer Verantwortung entlasten. Damit war sie auch geeignet, die einflussreiche „Dolchstoß-Legende“ zu stützen und die Niederlage der innenpolitischen Opposition in die Schuhe zu schieben.³

Die Kriegserfahrungen – einschließlich der tatsächlichen oder vermeintlichen Überlegenheit der Gegner in der Kommunikation – brachten eine höhere Wertschätzung für eine auf massenpsychologischen Erkenntnissen aufbauende Propaganda hervor, die sich nach dem Krieg teilweise in einen Glauben an die Omnipotenz von Propaganda steigerte. Allerdings entstanden im Krieg auch Argumente für eine „Demokratisierung“ amtlicher Kommunikation, an die die Weimarer Republik anknüpfen konnte. *Beide Tendenzen* bewirkten – oder beförderten zumindest – den Aufschwung von Propagandalehre, Zeitungskunde und Publizistikwissenschaft in der Zwischenkriegszeit.⁴

1.2 Journalisten im Krieg (T.L.)

1914 – noch vor dem Krieg – war unter Journalisten durchaus ein Bewusstsein vorhanden, dass innerhalb des – wie man heute sagen würde – publizistischen Systems die *Presse* (Journalismus) und die *amtliche Pressearbeit* (Öffentlichkeitsarbeit) unterschiedliche Rollen ausüben. Cleinow (1914, S. 287), der Herausgeber der national-liberalen Zeitschrift „Grenzboten“, hatte sich 1914 von der Nachrichtenstelle des Kriegsministeriums gewünscht, die amtliche Pressearbeit möge den Journalisten transparent und nicht bevormundend gegenüberreten:

Es müsse „an der sachlichen und freimütigen Form festgehalten“ werden, „die bis auf eine kleine Entgleisung“ bisher herrschte, und die Presse sei „ohne Ansehen ihrer politischen Richtung“ aufzuklären. Das „Bureau“ dürfe nicht zur „Verdunkelung auch gelegentlicher Unannehmlichkeiten, über die die Presse zu berichten gezwungen ist“, benutzt werden. Und der Pressevertreter müsse die Freiheit haben, „das exakte Material dem Bedürfnis seines besonderen Leserkreises entsprechend kritisch zu bearbeiten“.

Im *Ersten Weltkrieg* waren allerdings viele Journalisten bereit, die Presse in den Dienst der Kriegsführung und des Staates zu stellen und quasi unter diesen Ausnahmebedingungen Aufgaben staatlicher Propaganda zu übernehmen. Der Reichsverband der deutschen Presse erklärte 1915:

„Die gegenwärtige ernste Zeit hat seit Beginn des Krieges die deutsche Presse vor die hohe und schwere Aufgabe gestellt, den freudigen Geist der Erhebung und Aufopferung des deutschen Volkes zu pflegen und beständig wachzuhalten. Diese Haltung der deutschen Presse hat wiederholt die Anerkennung der maßgebenden behördlichen Stellen gefunden. Die Presse ist entschlossen, in dieser Haltung zu verharren und unter Hintansetzung sonst berechtigter Interessen alles zu tun, um die Kraft und Einheit des Vaterlandes zu sichern.“ (Mitteilungen RVDP 1915, zit. nach Bertkau 1928, S. 8)

³ Siehe u. a. Verhey 1999, S. 39f.; <http://www.dhm.de/lemo/html/weimar/innenpolitik/dolchstoss/index.html>

⁴ Liebert 2003, S. 61f. Vgl. auch Kunczik 1997, S. 163-165.

Heinrich Rippler formulierte 1916 im Jahrbuch des Evangelischen Presseverbandes: „Während die Presse sonst in vielfarbigen Gewande auftritt, kennt sie jetzt nur noch eine Farbe: feldgrau.“ (Zit. nach Bertkau 1928, S. 8)

1.3 Kriegsverlauf (E.B., E.S.; T.L.)

Unmittelbar auslösendes Moment des Ersten Weltkriegs waren Vorgänge auf dem Balkan. Das Attentat auf den österreichisch-ungarischen Erzherzog Franz Ferdinand und seine Frau durch einen serbischen Nationalisten am 28. Juni 1914 in Sarajevo führte im Folgemonat international zu starken Spannungen, die allerdings bereits in den Rivalitäten der Großmächte angelegt waren.

„Die europ. Großmächte (Großbritannien, Frankreich, Dtl., Österreich-Ungarn, Italien, Rußland sowie das Osman. Reich), ergänzt um die beiden überseeischen Großmächte USA und Japan, stellten mit ihrer imperialistisch ausgerichteten Politik, mit ihren Rivalitäten und ihren Bündnissen in einer Kette von Auseinandersetzungen und Krisen das entscheidende Konfliktpotenzial bereit, durch das mittels eines scheinbar nebensächl. Faktors der bewaffnete Zusammenstoß ausgelöst wurde.“ (Brockhaus, Bd. 24, 1994, S. 27)

„Blitzkrieg“ und sein Scheitern

Der Erste Weltkrieg begann am 2. August 1914 mit der Besetzung Luxemburgs und am 3./4. August mit der Belgiens durch deutsche Truppen. Laut Schlieffen-Plan hätte die deutsche Armee noch während der Mobilmachung Russlands einen Sieg im Westen erringen sollen, um einen Zweifronten-Krieg zu verhindern. Die Offensive gegen Frankreich jedoch kam vor Paris in der Schlacht an der Marne (5. bis 12. September 1914) zum Stocken und der Generalstabschef von Moltke befahl seiner Armee den Rückzug – der Schlieffen-Plan war gescheitert. Auch die Planungen im Osten erfüllten sich zunächst nicht. Die russische Mobilmachung erfolgte schneller als geplant und hatte, trotz späterer Erfolge Hindenburgs, zunächst eine deutsche Niederlage der 8. Armee zur Folge.

Die Kriegstechnik der Zeit machte einen Angriffskrieg nahezu unmöglich, da die Verteidigungstechnik der Angriffstechnik überlegen war (was sich erst durch Erfindung des Panzers sowie des Luftkrieges wieder ändern sollte). Daher versuchten die Militärs eine Entscheidung über den so genannten Abnutzungskrieg (oder auch Materialschlacht) zu erzwingen. Hier jedoch war Deutschland seinen Gegnern unterlegen, da die Rohstofflieferungen bereits 1914 durch die Seeblockade eingeschränkt waren, während die Entente-Mächte auf immer größere Lieferungen der USA zurückgreifen konnten.

Das Jahr 1915 hatte für die Frontsoldaten eine weitere Steigerung des Leidens zur Folge: die Nutzung von Giftgas als Waffe. Allerdings ließ sich auch hierdurch kein Aufbrechen des Stellungskrieges erzwingen. Im Gegenteil, nach anfänglichen Erfolgen der Mittelmächte im Osten geriet auch hier der Krieg gegen Ende des Jahres 1915 immer mehr zum Stellungskrieg.⁵

⁵ Vgl. Müller, S. 210ff. und 213ff.

Stellungskrieg und Materialschlachten

Daran sollte sich auch 1916/17 nicht viel ändern. Die langfristig bedeutenden Veränderungen für den Kriegsverlauf waren der Eintritt der USA in den Krieg am 6. April 1917 sowie die russische Oktoberrevolution im Jahre 1917. Während die durch die deutsche Seite unterstützte Oktoberrevolution die russische Kampfkraft schwächte, besiegelte der Eintritt der USA letztlich die Niederlage der Mittelmächte. Die USA waren aufgrund des uneingeschränkten U-Boot-Krieges der Deutschen in den Krieg eingetreten.⁶

Kriegsmüdigkeit, Hunger, Unzufriedenheit über die Innenpolitik, sowie innergesellschaftliche Konflikte – Land- vs. Stadtbevölkerung, Arbeiter vs. Bürgertum – gipfelten 1917 in Unruhen und Streiks. Der zu Beginn des Jahres 1918 mit Russland geschlossene Friedensvertrag von Brest-Litowsk ließ die deutsche Seite noch einmal kurzzeitig von einem Sieg träumen. Bereits am 14. August 1918 stufte die OHL die militärische Lage als aussichtslos ein. Trotzdem setzte die deutsche Seite ihre Verteidigung bis in den November hinein fort. Der Krieg endete am 11. November 1918 mit der Unterzeichnung des Waffenstillstandes in einem Eisenbahnwagen an der Westfront. Am 9. November 1918 war bereits die Republik ausgerufen worden und Kaiser Wilhelm II. hatte abdanken müssen.⁷

2 Organisation amtlicher Presse- und Öffentlichkeitsarbeit auf nationaler Ebene

2.1 Zu Kriegsbeginn 1914 (E.B., E.S., T.L.)

Innere und äußere Angelegenheiten

Eine Art Reichspresseamt bei der Regierung existierte 1914 nicht, auch wenn es 1910 dazu Pläne gegeben hatte. Die hohen Regierungsfunktionäre setzten ihre durchaus vorhandenen Ambitionen für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit lieber ressortegoistisch um. Eine eher bedeutendere *Nachrichtenstelle* war die des *Reichsamtes des Inneren*.⁸ Deren Aufgaben lauteten: Zeitungen zu lesen, Kontakte zu Redakteuren und Journalisten zu knüpfen, einen Zeitungsausschnittsdienst zu betreiben, Informationsmaterial für die Pressearbeit zusammenzustellen, Stellungnahmen zu zentralen innenpolitischen Fragen sowie Reden und Interviews für den Staatssekretär vorzubereiten.

Traditionell noch bedeutender war das *Pressereferat des Auswärtigen Amtes*. Üblicherweise hatte es auch für die positive Außendarstellung des Reichskanzlers und seiner Politik zu sorgen. Theobald von Bethmann Hollweg⁹, seit 1909 Kanzler, nutzte es also auch zur Vertretung innerer Reichspolitik. Den Vorsitz hatte der altgediente Otto Hammann, welcher zum engen Vertrautenkreis mehrerer Kanzler gehörte, aber von moderner Öffentlichkeitsarbeit wohl nicht sonderlich viel verstand. Am Anfang des Krieges kam das *Pressereferat des Auswärtigen*

⁶ Vgl. u. a. <http://www.dhm.de>

⁷ Vgl. u. a. <http://www.dhm.de/lemo/html/wk1/> ; <http://www.zeitgeschichte-online.de/site/40208195/default.aspx>

⁸ Nicht zu verwechseln mit dem *Literarischen Büro* beim preußischen Innenministerium. Vgl. auch Schmidt 2006, S. 37, Fußnote 33.

⁹ Theobald von Bethmann Hollweg (1856-1921) war Reichskanzler von 1909 bis 1917.

<http://www.dhm.de/lemo/html/biografien/BethmannHollwegTheobald/index.html> ;

<http://www.reichstag-abgeordnetendatenbank.de/selectmaske.html?pnd=118510320&recherche=ja> ;

http://de.wikipedia.org/wiki/Theobald_von_Bethmann_Hollweg

gen Amtes mit „einer Handvoll“ Mitarbeitern aus, wo hingegen bei Kriegsende etwa 400 Menschen beschäftigt waren (Creutz 1996, S. 10ff; vgl. auch Schmidt 2006, S. 36f.).

Kriegsministerium und Reichsmarineamt

Noch vor Kriegsbeginn 1914 konnte das preußische *Kriegsministerium* nach budgetären Gegenwind von Parlamentariern eine „amtliche Nachrichtenstelle“ einrichten. Interessanterweise gab den Anstoß dazu eine „häufig extrem aggressive Berichterstattung deutscher Zeitungen während der Balkankriege 1912/13, die nicht immer im Interesse der Reichsführung gelegen hatte“ (Schmidt 2006, S. 35). Major Erhard Deutelmoser übernahm die Pressearbeit des Ministeriums.¹⁰ Preußischer Kriegsminister bis Anfang 1915 war Erich von Falkenhayn.¹¹ Es bestand die Hoffnung – wie es Cleinow (1914, S. 287), der Herausgeber der national-liberalen Zeitschrift „Grenzboten“ formulierte¹² –, dass „die Nachrichtenstelle des Kriegsministers sicher bald dasselbe hohe Vertrauen genießen“ werde, „wie es sich die entsprechende Einrichtung beim Reichsmarineamt erworben und durch länger als ein Jahrzehnt erhalten“ habe.

In der Tat galt das *Nachrichtenbüro des Reichsmarineamtes* als vorbildhaft. Es war „im Kaiserreich die modernste und funktionsfähigste offizielle Stelle für Öffentlichkeitsarbeit“ (Schmidt 2006, S. 34). Unter Leitung von Admiral Alfred Tirpitz war es bereits 1897 als Abteilung für Presse- und Parlamentsangelegenheiten eingerichtet worden. Mittels umfangreichem Vortragsprogramm, populär geschriebenen Broschüren und des Einsatzes von visuellen Medien wie Plakaten etc. konnte das Nachrichtenbüro schon sehr früh und mit Erfolg für die Marine werben. Im Unterschied zu anderen amtlichen Nachrichtenstellen wollte man durch die Kommunikationsmaßnahmen gezielt auch die Personengruppen des Kleinbürgertums und der Arbeiterschaft ansprechen. Bei Kriegsbeginn wurde das umfangreiche Wissen des Reichsmarineamtes über Kommunikations- und Medienpolitik sowie Öffentlichkeitsarbeit vorläufig nur im Bereich der Marine eingesetzt. Erst ab 1916 erweiterte man das Kompetenzfeld und wendete die Fähigkeiten auch in anderen Bereichen an.¹³

Militärische Stellen: Generalstab

Mit Kriegsbeginn gingen wichtige Kompetenzen staatlicher Medienpolitik und Kommunikationsbeeinflussung von der politisch-administrativen Ebene *auf das Militär* über. „Erst im Verlaufe des Jahres 1916 bestimmten kaiserliche Kabinettsorder, dass die Militärbefehlshaber in bestimmten Fragen den Anweisungen des Kriegsministeriums Folge zu leisten hätten.“ (Schmidt 2006, S. 33) Durch den Kriegszustand wurde der *deutsche Generalstab* zur quasi wichtigsten Institution. Vor 1914 gab es dort keine spezielle Stelle für Zensurpolitik oder Öffentlichkeitsarbeit, wohl aber eine für Spionage und Spionageabwehr. Diese *Nachrichtenabteilung IIIb* beim *Chef des Generalstabs* wurde 1914 kurzerhand auch mit Zensur und militärischer Informationspolitik beauftragt.

¹⁰ Zu Deutelmoser: Schmidt 2006, Seite 185, Fußnote 11, http://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0011/adr/adrag/kap1_4/para2_70.html und http://de.wikipedia.org/wiki/Erhard_Deutelmoser

¹¹ General von Falkenhayn hielt den Krieg frühzeitig für nicht mehr gewinnbar, verheizte aber andererseits Soldaten massenhaft. Zeitweise war er auch Generalstabschef in der Obersten Heeresleitung. <http://www.dhm.de/lemo/html/biografien/FalkenhaynErich/> und http://de.wikipedia.org/wiki/Erich_von_Falkenhayn

¹² Cleinow diente im Ersten Weltkrieg selber in militärischen Presseabteilungen. http://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0000/adr/adrag/kap1_3/para2_45.html und http://de.wikipedia.org/wiki/Georg_Cleinow

¹³ Vgl. auch Koszyk 1973, S. 157f.

„Geleitet wurde diese Abteilung von Major (später Oberstleutnant) Walter Nicolai¹⁴. In der ‚Heimat‘ übernahm unter der Führung von General (Karl?-T.L.) Brose die entsprechende Abteilung des stellvertretenden Generals die kommunikationspolitischen Aufgaben. Sie war der Nachrichtenabteilung IIIb direkt unterstellt und hatte den Anweisungen Nicolais Folge zu leisten. Auf einschlägige Erfahrungen in Sachen Kommunikationspolitik konnten die zuständigen Offiziere nicht verweisen; in Friedenszeiten hatten sie lediglich Journalisten bei den Kaisermanövern betreut. Trotz der prekären Ausgangslage entwickelte sich die Nachrichtenabteilung in den ersten zwei Kriegsjahren rasch zu einem wichtigen und einflussreichen Zentrum der offiziellen Zensur- und Pressepolitik.“ (Schmidt 2006, S. 34)¹⁵

Der oben erwähnte Offizier Deutelmoser aus dem preußischen Kriegsministerium wurde hier als Pressechef eingesetzt.

Zwischenfazit

Mit Kriegsbeginn 1914 gab es also alles in allem zunächst *keine angemessene Struktur* staatlicher und militärischer *Presse- und Öffentlichkeitsarbeit*. Zu erklären ist das sicherlich mit dem großen Optimismus hinsichtlich des Sieges und einer kurzen Zeitdauer des Krieges.¹⁶ „Die Mobilisation beschränkte sich auf rein militärische Dinge. Erst im Laufe des Krieges sind dann mannigfache Einrichtungen geschaffen worden, vor allem das Kriegspresseamt und die Oberzensurstelle, die eine gewisse einheitliche Führung brachten (...)“. (Bertkau 1928, S. 9)

2.2 Kommunikation gegenüber dem Ausland (T.L.)

Innerhalb einer generellen Unterschätzung der öffentlichen Meinung wurde aber wohl die *Kommunikationsarbeit gegenüber dem Ausland* als wichtiger angesehen als die im Inland.¹⁷ Nachdem Matthias Erzberger (1875-1921)¹⁸ – laut Kunczik (1998, S. 142ff.) „die Schlüsselfigur der deutschen Auslandspropaganda“ – „nicht weniger als 27 Bureaus oder Stellen innerhalb des Reiches“ feststellen musste, wurde durch Erlass des Reichskanzlers am 5. Oktober 1914 die *Zentralstelle für Auslandsdienst (ZfA)* beim *Auswärtigen Amt* gegründet.

Die ZfA koordinierte Maßnahmen anderer Akteure und entfaltete selbst eine durchaus variantenreiche Kommunikationsarbeit: Beobachtung der gegnerischen Presse, Bekämpfung ‚feindlicher Propagandalügen‘, Aufzeigen ‚feindlicher Grausamkeiten‘, Erarbeitung und Vertrieb von ‚Aufklärungsschriften‘ in neutrale Länder, Auslegen deutscher Zeitungen in Schweizer Hotels, Pressereisen für Journalisten aus Drittstaaten, Einsatz von Lichtbildern und Filmen, Entsendung von Kulturschaffenden ins Ausland etc. Allerdings war es für die ZfA oft schwierig, sich mit militärischen Stellen abzustimmen.

¹⁴ Zu Nicolai auch: [http://de.wikipedia.org/wiki/Walter_Nicolai_\(Geheimdienstoffizier\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Walter_Nicolai_(Geheimdienstoffizier))

¹⁵ Vgl. auch: http://de.wikipedia.org/wiki/Abteilung_III_b

¹⁶ Vgl. Kunczik 1997, S. 161.

¹⁷ Vgl. auch Verhey 1999, S. 40.

¹⁸ Über Erzberger:

<http://www.dhm.de/lemo/html/biografien/ErzbergerMatthias/index.html> und

<http://www.reichstag-abgeordnetendatenbank.de/selectmaske.html?pnd=11853100X&recherche=ja>

Darüber hinaus wurden in *bestimmten Zonen der Welt* spezifische strategische Konzepte und Maßnahmenbündel umgesetzt. „Orientkennner“ Max Freiherr von Oppenheim (1860-1946)¹⁹ und seine *Nachrichtenstelle für den Orient* wollten die Mohammedaner gegen die Engländer aufbringen und ließen zum „Heiligen Krieg“ aufrufen.²⁰ Vielstimmiger und auch von Missgeschicken begleitet, aber auch teilweise sehr professionell – so durch den Botschafter Graf von Bernstorff – verlief die deutsche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in den USA. Sie konnte aber den Kriegseintritt der Vereinigten Staaten am 6. April 1917 nicht verhindern.²¹

2.3 Organisatorische Verbesserungen 1915 (E.B., E.S., T.L.)

Krieg dauerte länger als gedacht...

Dass *erst im Krieg* die Notwendigkeit von Leitung und Organisation der Kommunikationsarbeit und vor allem gegenüber der eigenen Bevölkerung stärker erkannt wurde, hängt mit zunehmender Dauer und nicht erwartetem Verlauf des Krieges zusammen.²² 15 Monate nach Kriegsausbruch hatte sich das Problembewusstsein geschärft, „als die Kriegsbegeisterung des deutschen Volkes abzuflauen begann, weil die Fronten erstarrten und die Wirkungen der Blockade wirksam wurden“ (Koszyk 1973, S. 162f.). Den Verantwortlichen dämmerte, dass der Erste Weltkrieg in Quantität und Qualität – auch in seinen Auswirkungen auf Hinterland und Heimat – anders war als vorherige Waffengänge.

Kriegspresseamt

Am 14. Oktober 1915 wurde das *Kriegspresseamt* eingerichtet, an welches die bereits bestehende Oberzensurstelle angegliedert wurde.²³ Direkt der *Obersten Heeresleitung* (OHL) unterstellt, sollte das neue Amt die Pressepolitik der Zivil- und Militärbehörden vereinheitlichen und ein Zusammenwirken auf dem Bereich des Pressewesens erleichtern. Einige Landeszentralbehörden und Reichsämter standen dem Kriegspresseamt eher misstrauisch gegenüber. Trotzdem funktionierte zumindest in der ersten Kriegshälfte die Zusammenarbeit.

Zum *Chef des Kriegspresseamtes* wurde Erhard Deutelmoser ernannt, der bereits zuvor – so in der Nachrichten- und Pressestelle des preußischen Kriegsministeriums – und im weiteren Verlauf des Krieges eine wichtige Rolle spielte.

Das *Kriegspresseamt* publizierte von Ende 1915 bis März 1917 Zusammenstellungen der Zensurbestimmungen, welche von der Presse kostenlos abonniert werden konnten. Regionale Bestimmungen wurden zusätzlich von stellvertretenden Generalkommandos in Form von Handbüchern veröffentlicht. Neben der *Oberzensurstelle* gliederte sich das Kriegspresseamt in Koordinations-, Auslands-, Inlands- und Auskunftsstelle. Die *Auskunftsstelle* beispielsweise hatte die Aufgabe, Informationen für andere Behörden zu Verfügung stellen, die Presse mit Nachrichten zu versorgen. Auch war sie zuständig für das Ausarbeiten von Vorträgen für Multiplikatoren und für die Betreuung der Kriegsreporter.²⁴

¹⁹ Über Oppenheim:

<http://einestages.spiegel.de/external/ShowTopicAlbumBackground/a6327/10/10/F.html#featuredEntry>

²⁰ Vgl. detaillierter Kunczik 1997, S. 148-153.

²¹ Vgl. detaillierter Kunczik 1997, S. 153-161.

²² Vgl. auch Verhey 1999, S. 40.

²³ Vgl. Creutz 1996, S. 48.

²⁴ Vgl. Koszyk 1972, S. 15.

Aus Organisation und Arbeitsprogramm des Kriegspresseamtes wird deutlich, dass es keinesfalls nur auf Informationsweitergabe im Sinne von „Befehlsübermittlung“, Zensur und ggf. Repression setzte. Auch „positive“ Öffentlichkeitsarbeit und der Versuch, bei Journalisten Verständnis zu wecken, spielten eine Rolle. Deshalb wurden regelmäßige Pressekonferenzen zu einer festen Institution.²⁵

Militärische Stellen

Auch auf *dezentraler Ebene* verbesserte sich einiges. So betrieb die im Dezember 1915 gegründete *Presseabteilung des Oberbefehlshabers Ost* eine „ausgesprochen professionelle Pressepolitik“, begünstigt durch persönliche Ambitionen von Generalfeldmarschall Paul von Hindenburg. Geleitet wurde die Pressearbeit von Friedrich Bertkau, der nach dem Ende seiner regulären Militärdienstzeit 1912 beim Ullstein-Verlag als Journalist tätig war und später, 1928, beim Zeitungswissenschaftler Erich Everth in Leipzig promovierte. (Pyta 2004, S. 130ff.) Die Pressearbeit in den besetzten Gebieten zielte wesentlich auf die dort ansässige Bevölkerung. Sie unterstützte auch Aufgaben der Verwaltung von Alltagsaufgaben und wollte damit mindestens indirekt auch Sympathie für die deutsche Seite wecken:

„Die Wiedergabe (... der) Arbeit der Verwaltung in den Zeitungen bedeutete aber gleichzeitig fortgesetzte Erziehung und Unterrichtung der Bevölkerung und, soweit sie sich auf die praktischen Arbeiten der Wirtschaftsführung in Handel, Industrie und Landwirtschaft bezog, diente sie ja auch den eigenen Interessen der Bevölkerung selbst und schlug damit die Brücken des Vertrauens zwischen der Verwaltung und der Bevölkerung“. (Bertkau 1928, S. 23)

2.4 Personelle und organisatorische Wandlungen 1916 (E.B., E.S., T.L.)

Wechsel der Hauptfiguren

1916 – militärisch zunächst mit einer Offensive begonnen, dann aber mit ungeheuren Verlusten und Misserfolgen konfrontiert – „änderten sich die Debatten über amtliche Kommunikationspolitik“. „Verständlich wird die kommunikationspolitische Neuorientierung (...) vor dem Hintergrund der problematischen militärischen und politischen sowie sozialen und wirtschaftlichen Entwicklungen, die im Sommer 1916 schließlich zu einer Ablösung der bisherigen Militärspitze führten“. (Schmidt 2006, S. 113) Durch einen personellen Wechsel in der *Obersten Heeresleitung* – Paul von Hindenburg wurde neuer Chef des Generalstabs und Erich Ludendorff sein Stabschef – erhoffte man sich mehr Zuspruch im deutschen Volk, denn die beiden waren zu der Zeit schon populär im Deutschen Reich.

Doch für die wachsenden Probleme an der inneren und der äußeren Front des Deutschen Reiches machte man auch die Kommunikationspolitik verantwortlich. Hammann, von der *Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes* und Kanzler-Vertrauter, „musste unter dem Druck der militärischen Führung am 27. Dezember 1916 demissionieren, weil er sich der Aufgabe

²⁵ Bereits unmittelbar nach Kriegsbeginn hatte der stellvertretende Generalstab erste Pressekonferenzen organisiert. „Sie fanden zwei- bis dreimal wöchentlich statt und wurden zunächst vom Chef der Auskunftsstelle der Nachrichtenabteilung des stellvertretenden Generalstabs, Major Erhard Deutmoser, und vom Chef des Nachrichtenbüros des Reichsmarineamts, Kapitän zur See Heinrich Löhlein, geleitet.“ Das Instrument Pressekonferenz soll allerdings schon auf Reichskanzler Bülow (Kanzler von 1900 bis 1909) zurückgehen. (Schmidt 2006, S. 73)

nicht gewachsen zeigte, die Stimmung der kriegsmüden deutschen Bevölkerung zu heben“ (Koszyk 1973, S. 158). Auf ihn folgte Oberstleutnant a. D. Deutelmoser.

Außerdem setzte konsequenterweise ein Wandel in der amtlichen Öffentlichkeitsarbeit ein: „Für eine Modernisierung amtlicher Öffentlichkeitsarbeit machte sich zunächst eine Gruppe ranghoher Offiziere des Generalstabs stark. Dazu zählte Erich Ludendorff, der sich spätestens seit Ende 1916 für eine kommunikationspolitische Wende einsetzte“ (Schmidt 2006, S. 115).

Militärische Stelle im Auswärtigen Amt auch mit Bildkommunikation

Die „modernistische“ (im Sinne von Schmidt) Öffentlichkeitsarbeit ging vor allem von der im Juli 1916 eingerichteten *Militärischen Stelle des Auswärtigen Amtes* unter Leitung von Oberstleutnant Hans von Haefen (1870-1937)²⁶ aus. Hier wurde anfangs hauptsächlich deutsche Öffentlichkeitsarbeit im Ausland betrieben, später auch im Inland. Ende des Jahres zählte die Stelle bereits über 100 Mitarbeiter. Bis Kriegsende wurde hier über militärische Öffentlichkeitsarbeit entschieden.

Die *Militärische Stelle des Auswärtigen Amtes* richtete am 30. Januar 1917 – unter Nutzung von Vorformen – das Bild- und Film-Amt (BuFa)²⁷ ein, welches hauptsächlich für Auslandsaufklärung eingesetzt werden sollte: Das Kriegsgeschehen sollte an allen Fronten festgehalten werden. Auch war es eine Aufgabe des BuFa, alle vorhandenen und zweckdienlichen Film- und Fotomaterialien aus den vergangenen Kriegsjahren zu beschaffen. Das BuFa setzte Teams an allen Fronten ein, die sich aus einem Offizier, einem „Kinooperateur“, einem Fotografen, einem Fotografengehilfen und einem „Trainsoldaten“ (Transporteur) zusammensetzten. Die Fotos wurden unter anderem in Schaukästen ausgestellt, um sie der Öffentlichkeit zu zeigen und auch bis in die kleinsten Bezirke des Reiches vorzudringen.

Ein weiteres neues Medium waren graphische Karten, welche in einer eigens dafür eingerichteten *graphischen Abteilung der Militärischen Stelle des Auswärtigen Amtes* erstellt wurden. Diese Karten fanden großen Zuspruch in der Bevölkerung, was sich auch an dem Erfolg der sechsten Kriegsanleihe bemerkbar macht. In der Besetzung der Abteilung fand man namhafte Künstler, darunter auch Zeichner der Satirezeitschrift *Simplizissimus*, die vor Kriegsbeginn ganz klar zur politischen Opposition gehörten.

Weitere Einrichtungen

Auch wichtige Angehörige des *Kriegspresseamtes* nahmen den (im Sinne von Schmidt 2006, S. 116) *modernistischen* Kurs auf.

Im *Inland* bildeten die Kampagnen für die *Kriegsanleihen* – also für einen möglichst hohen Beitrag der Bevölkerung an der Finanzierung des Krieges – einen eigenständigen Bereich strategischer und operativer Kommunikation. Er wurde hauptsächlich vom Banken- und Finanzsystem getragen bzw. von der *Reichsbank* koordiniert, die dafür Ende 1916 ein spezielles Nachrichtenbüro einrichtete.²⁸

²⁶ Zu von Haefen: Schmidt 2006, S. 115, und http://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0021/adr/adrhl/kap1_1/para2_18.html und http://de.wikipedia.org/wiki/Hans_von_Haefen

²⁷ Vgl. auch <http://de.wikipedia.org/wiki/Propagandafilm>

²⁸ Vgl. detaillierter Kunczik 1997, S. 161-163.

2.5 Reorganisation der Pressearbeit 1917 (T.L.)

Neuorientierung unter Ausbau der Dezentralisation

1917 erfolgte eine Reorganisation der regierungsamtlichen Pressearbeit. Die regierungsamtliche *Norddeutsche Allgemeine Zeitung* aus Berlin – zitiert nach Hamburger (1917, S. 72) – sprach von einer „Neuorientierung“, die auch einen „Wandel in der Gestaltung der Beziehungen zwischen Regierung und Presse“ bringen sollte. Der Rezensent im Verbandsorgan der deutschen Presse meinte, zu dieser Erkenntnis habe sich die Regierung „durchgerungen“, „reichlich spät“ und „nicht zuletzt unter den eindringlichen Lehren des Weltkrieges“. Die Rhetorik der *Norddeutschen Allgemeinen* klang gut in den Ohren, so war von einer „öffentlichen Pflicht“ der Presse die Rede und zumindest formal ein modernes Verständnis von Pressearbeit ausgesprochen. Allerdings wurden von den Journalisten auch Verantwortung gegenüber dem Staat und ggf. „sachliche(n) und vaterländische(n) Rücksichten“ eingefordert – was von vielen unter den Bedingungen des Krieges wohl nicht als Zumutung empfunden worden sein dürfte.

Die „amtlichen Presseeinrichtungen“ seien „nicht als Organe der *Beeinflussung* gedacht“. Die Regierung bedürfe nicht nur „der Mitwirkung des Parlamentes“, sondern „unbedingt der Selbstkontrolle, die ihr eine unabhängige Preßkritik ermöglicht“. „Die Presse soll und muss sich frei ihr Urteil bilden, dafür ist sie der Öffentlichkeit und dem Staate verantwortlich, sie ist aber auch dafür verantwortlich, dass sie die Unterlagen ihres Urteils mit der größten Sorgfalt erforscht und prüft. Wenn die Behörden Einrichtungen schaffen, um der Presse die Kenntnis jener Unterlagen zu vermitteln und ihre Prüfung zu erleichtern, so erfüllen sie damit nur ihre durch das Gemeininteresse vorgezeichnete Pflicht; ebenso kommt aber auch die Presse nur ihrer öffentlichen Pflicht nach, wenn sie von solchen Einrichtungen den ausgedehntesten Gebrauch macht.“

Die regierungsnahe *Norddeutsche Allgemeine Zeitung* interpretierte die Neuorganisation der amtlichen Pressearbeit als „*grundsätzliche Dezentralisation* des Pressedienstes“. Bei *jeder Reichszentralbehörde* soll eine *Presseeinrichtung* installiert werden, dabei bedürften Auswärtiges Amt, Reichsamt des Inneren, Reichswirtschafts- und Reichsschatzamt „größerer ausgebauter Abteilungen für den Presse- und Nachrichtendienst“.

Ergänzung durch Zentralisation

Allerdings war man sich der Gefahr eines „preßpolitischen Ressortpartikularismus“ bewusst. Deshalb mache die Dezentralisation eine „*zentrale(n) Stelle*“ notwendig, die für die Einheitlichkeit und das Zusammenwirken des gesamten reichsamtlichen Pressedienstes Sorge trägt, die einzelnen Presseeinrichtungen überwacht und ihnen die Anweisungen des Reichskanzlers übermittelt“. Sie solle ihren Sitz in der Reichskanzlei haben und einen „Pressechef des Reichskanzlers“ zum Leiter erhalten. Erster „Pressechef“ wurde Magnus Freiherr von Braun²⁹, ab November 1917 dann Erhard Deutelmoser. Aber: „Einen nach außen wirkenden regelmäßigen Pressedienst hat diese Stelle *nicht* durchzuführen“ (Hamburger 1917, S. 72; Herv. T.L.).

²⁹ Frhr. v. Braun „kommt aus der Beamtenlaufbahn, vom Landratsamte her; vor zweieinhalb Jahren wurde er mit der Leitung der neugeschaffenen Nachrichtenstelle im Reichsamt des Inneren betraut (...)“. (Hamburger 1917, S. 73) Vgl. auch: [http://de.wikipedia.org/wiki/Magnus_von_Braun_\(Politiker\)](http://de.wikipedia.org/wiki/Magnus_von_Braun_(Politiker))

2.6 Reformanstrengungen 1918 (E.B., E.S., T.L.)

1918 versuchte ein Kreis um „Reichspressechef“ Deutmoser weitere *Reformen in der Kommunikationsarbeit der Regierung* voranzubringen. Zu diesen – nach Schmidt (2006, S. 185) – „Reformisten“ zählte neben Deutmoser vor allem Friedrich von Payer, Mitglied der Fortschrittspartei und Vizekanzler.³⁰ „Im Februar 1918 übernahm er auf ausdrücklichen Wunsch des Reichskanzlers die Verantwortung über die gesamte ‚Heimataufklärung‘. Damit bekleidete ein führender Vertreter des politischen Liberalismus eine Schlüsselposition in der amtlichen Kommunikationspolitik.“

Unterstützung kam auch von Graf Georg von Hertling, der seit dem November 1917 Reichskanzler war.³¹ Einfluss nahmen ebenso einige externe Berater, darunter Theodor Heuss. Insiderwissen generierten die Reformisten von verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen, darunter auch sozialdemokratischen und sozialistischen. Payer und Deutmoser strebten an, inner- und interbehördliche Kommunikationswege zu institutionalisieren, um so eine effiziente Zusammenarbeit zwischen den unterschiedlichen Institutionen zu gewährleisten; sie hielten zuverlässigen Informationsaustausch für zentral.³²

Mit Novemberrevolution und Weimarer Republik änderten sich die Rahmenbedingungen der Kommunikationsarbeit. Ideell-programmatisch und organisatorisch-instrumentell gab es aber auch Kontinuitäten.

3 Zensur als zentrales Element militärischer und staatlicher Kommunikation im Krieg (E.B., E.S., T.L.)

3.1 Zensur 1914-1915

Mit der *Erklärung des Kriegszustandes* „ging die vollziehende Gewalt auf die militärischen Befehlshaber über“, die Vorschriften und Verbote erlassen sowie bestimmte Verfassungsartikel – so auch das Recht der ungehinderten Meinungsäußerung – aussetzen konnten. Die Publikation militärischer „Geheimnisse“ bzw. Themen war untersagt oder an die Genehmigung der Militärbehörden gebunden. „Die Zensurstellen sollten eigentlich nur die Zensur für den militärischen Bereich durchführen. Da jedoch nahezu alle politischen Themen im Zusammenhang mit militärischen Angelegenheiten standen, konnten die Zensurstellen gegen nahezu jede politische Äußerung einschreiten.“ Verbindliche Richtlinien für die Arbeit der militärischen Zensurstellen gab es allerdings nicht, so dass die „Durchführung der Zensur auch nach Schaffung der Oberzensurstelle im Februar 1915 uneinheitlich“ erfolgte. (Goros 1998/99, S. 97f.)

Viele Politiker und Journalisten erkannten die *Notwendigkeit von Zensur* an sich im Kriegszustand durchaus an, wenngleich Ausmaß, Ausgestaltung und Handhabung auch zu vielerlei prinzipieller oder konkreter Kritik herausforderten. Bereits am 3. August 1914, zwei Tage

³⁰ Zu von Payer:

http://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/0011/adr/adrmr/kap1_4/para2_29.html und http://de.wikipedia.org/wiki/Friedrich_von_Payer

³¹ Zu von Hertling:

<http://www.dhm.de/lemo/html/biografien/HertlingGeorg/index.html> und http://de.wikipedia.org/wiki/Georg_von_Hertling

³² Vgl. Schmidt 2006, S. 212.

nach der Kriegserklärung an Russland, hatte zur Zensur eine Besprechung mit den Pressevertretern im Reichstag stattgefunden: „Als Prinzip wurde festgelegt: ‚Wir werden nicht immer alles sagen können, aber was wir sagen werden, ist wahr‘“ (Koszyk 1973, S. 160). 1915 gab es eine erste Zensurdebatte im Reichstag. Die Situation verschärfte sich mit den tumultartigen Auseinandersetzungen im Reichstag im Dezember 1915. Erschwerend für die Herrschenden kam hinzu, dass die Zensur nicht nur im Reichstag kritisch besprochen wurde, sondern natürlich auch für die Presse selbst ein Thema war.³³

3.2 Zensur 1916-1918

„Im November 1916 gab Reichskanzler Bethmann Hollweg die Kriegszieldiskussion frei, wodurch die politische Zensur formal gelockert wurde“. Faktisch habe sich laut Schmidt 1982, auf den sich Goros (1998/99, S. 99) hier bezieht, aber nichts geändert. „Modernisierung“ der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit hieß nicht zwangsläufig Lockerung der Zensur, von den Intentionen einer Gruppe von – nach Schmidt 2006 – *Modernisten* her eher im Gegenteil. Die zeitgenössische Zensurpraxis hielten diese Kritiker der bisherigen Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für „viel zu moderat“ und eine politische Zensur gegen die „innenpolitischen Feinde“ für unumgänglich (Schmidt 2006, S. 136).

Die durch Zensur eintretende zunehmende Uniformität der deutschen Presse zeitigte auch Wirkungen, die die Ziele der Zensur konterkarierten. Umso interessanter und relevanter wurden im Kriegsverlauf die Berichte von alliierter Seite und die Gerüchte auf den Straßen. Die „Kunst des Verschweigens“ sollte im Laufe der Jahre mit abnehmendem Kriegsglück auf deutscher Seite immer feiner werden: „Erst als sich das Kriegsglück wendete, trugen die Kriegsberichte nicht nur den Stempel der Verschleierung, sondern es kam auch vor, dass sie die Wahrheit unterdrückten und die Unwahrheit verkündeten“ (Heinrich Binder 1919, zit. nach Koszyk 1973, S. 174f.).

3.3 Umfassende Zensur und Überwachung

Die Zensur erstreckte sich nicht nur auf Presse und Publikationen. Stichprobenartig wurde die *Post* der Soldaten durch Vorgesetzte oder Postüberwachungsstellen kontrolliert und auf Informationen und Stimmungen überprüft, die den Familien ein negatives Bild von der Front vermitteln konnten.

Auch wurden *zivile Überwachungs- und Beobachtungsstationen* eingerichtet. Es fuhren zum Beispiel Spitzel durch das Land und belauschten die Menschen, um herauszufinden, wie der Krieg in der Bevölkerung thematisiert wurde. Sogar Kritzeleien und Toilettensprüche in Eisenbahnzügen fanden die Aufmerksamkeit der Spitzel. Das Erzählen von Gerüchten wurde bestraft, in den Jahren 1916/1917 wurde sogar eine Anzeigepflicht dafür verhängt. Verboten wurden außerdem, Unterhaltungsfilme der Kriegsgegner zu zeigen und ausländische Presse- und Propagandaerzeugnisse zu verbreiten.³⁴

³³ Vgl. Koszyk 1973, S. 159ff. und 182f.

³⁴ Vgl. Schmidt 2006, S. 71f.

3.4 Die Oberzensurstelle

Die *Oberzensurstelle* wurde im Februar 1915 von den Militärbehörden zur Vereinheitlichung der Zensurpraxis eingerichtet, geleitet durch Major von Olberg. Immerhin 57 Militärbefehlshaber im ganzen Deutschen Reich waren schwer unter einen Hut zu bekommen, zumal ihnen die endgültige Entscheidungskompetenz in individuellen Angelegenheiten verblieb. Die Oberzensurstelle entwarf Empfehlungen und allgemeine Richtlinien, veröffentlichte die wichtigsten Zensurbestimmungen in den so genannten Zensurtelegrammen und war Beschwerdeinstanz für die Presse. Nach Einrichtung des *Kriegspresseamtes* im Oktober 1915 wurde die Oberzensurstelle an dieses angegliedert.³⁵

Außerdem war die *Oberzensurstelle* für die Erstellung von Protokollen der *Pressebesprechungen* zuständig. Zwei bis drei Mal in der Woche fanden die Konferenzen in Verantwortung mehrerer Akteure statt. Es nahmen Journalisten von Zeitungen aller politischen Richtungen daran teil, also auch Vertreter regierungsoptioneller Blätter. So war sichergestellt, dass die Informationen die breite Masse erreichten und auch die regierungsferne, aus Sicht der Herrschenden „unsichere“ Seite mittels Pressepolitik beeinflusst wurde. Inhaltlich behandelten die Pressebesprechungen aktuelle Themen seitens der Regierung, Vertreter des Militärs berichteten über die Kriegssituation. Es wurden detaillierte Anweisungen gegeben, wie die Informationen in der Presse behandelt werden sollten. Die Oberzensurstelle fertigte zwei Aufzeichnungsvarianten der Besprechungen an. Eine Kurzfassung, welche an alle wichtigen Zentralstellen ausgehändigt wurde und eine ausführliche Version, die so genannten *Großen Protokolle*. In diesen wurde der Verlauf der Besprechungen fast wörtlich festgehalten.³⁶

4 Strategie und Stil (E.B., E.S., T.L.)

4.1 Drei Akteursgruppen: Traditionalisten – Modernisten – Reformisten

Anne Schmidt – Verfasserin einer kulturalistischen Dissertation in Bielefeld (2006, S. 26ff.) – vertritt die These, dass sich während des Ersten Weltkriegs „innerhalb der deutschen Herrschaftselite drei verschiedene Grundpositionen auf dem Gebiet der Kommunikationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit“ identifizieren lassen:

a) Die (von Schmidt) so genannten *Traditionalisten* hielten „weitgehend an überlieferten kommunikationspolitischen Konzepten fest, setzen das Erprobte und Bewährte fort und können als Vertreter der ‚herrschenden Meinung‘ gelten. Unangefochten bestimmten sie bis 1916 den Kurs der offiziellen Kommunikationspolitik.“

b) Im Verlauf des Jahres 1916 „formierte sich eine Gruppe von Kritikern, die die traditionalistische Politik für überholt hielt, nachdrücklich eine Trendwende forderte und nach neuen Konzepten in der Öffentlichkeitsarbeit suchte“. Sie – als *Modernisten* bezeichnet – gewannen „im Verlauf der Kriegsjahre erheblich an Einfluss“.

c) Die „verhältnismäßig kleine Gruppe“ der *Reformisten* „meldete sich vernehmbar erst im letzten Kriegsjahr zu Wort und machte sich für einen ‚dritten Weg‘ in der amtlichen Kommunikationspolitik und Öffentlichkeitsarbeit stark“.

³⁵ Vgl. Creutz 1996, S. 46ff.

³⁶ Vgl. Creutz 1996, S. 52ff. und 63. Schmidt 2006, S. 73f.

4.2 Die Traditionalisten 1914-1916

Im Laufe des Jahres 1915 kam dem deutschen Volk die Kriegslust abhandeln. Für ihre Kommunikationspolitik zogen die *Traditionalisten* hieraus kaum Konsequenzen – zu sehr fürchteten sie eine Veränderung der Gesellschaft, die aus einer Veränderung der Öffentlichkeitsarbeit hervorgehen könnte: „Das konservative Selbstbild hatte zur Folge, dass Traditionalisten einer Modernisierung amtlicher Öffentlichkeitsarbeit ablehnend gegenüberstanden. Tiefsitzende Ängste vor unabsehbaren Folgen grundlegender Innovationen kamen hinzu“ (Schmidt 2006, S. 82).

Deutsche „Aufklärung“ versus alliierte Psychologie

Als negative Kontrastfolie für die eigene Arbeit dienten ihnen vor allem die *amerikanische und die britische PR bzw. Kriegspropaganda*. Deutschlands Gegner im Krieg waren insbesondere beim *Zeichnen von Feinbildern*, beim Stigmatisieren der anderen Seite „zum Untermenschen, zur Bestie“, dem Kaiserreich wohl ein Stück weit voraus. Kunczik (2002, S. 47) verweist u. a. auf englische Darstellungen der Deutschen als „Frankenstein“ und „Hunnen“.³⁷

In der kommunikationspolitischen Praxis derjenigen Deutschen, die zunächst das Sagen hatten – also der *Traditionalisten* –, wurde eine „Massenkommunikation, die auf die Mobilisierung von Affekten zielte“, abgelehnt (Schmidt 2006, S. 83). Für die *Traditionalisten* stand über alle Kriegsjahre hinweg grundsätzlich fest: „Wir sind von dem Grundsatz ausgegangen, (...) dass wir in deutscher Art die Aufklärung zu betreiben haben und nicht in den Vordergrund schieben dürfen den ganzen Dschingdera mit Kinolügen und Plakatübertreibungen und sonstigen Geschichten“ (Major Seebohm Anfang 1918, zit. in Schmidt 2006, S. 182, vgl. auch S. 86). Die ablehnende Haltung der konservativen *Traditionalisten* gegenüber einer zeitgenössischen modernen Propaganda hinderte diese an einem Erfolg in der Öffentlichkeitsarbeit, wie ihn beispielsweise die Briten verzeichnen konnten.

An den Zielgruppen vorbei

Insgesamt kann man feststellen, dass die Propaganda der *Traditionalisten* an einem großen Teil der Bevölkerung vorbeiging: In den ersten Monaten wurde die Regierung durch die Kriegsbegeisterung der Massen getragen. Als diese nachließ, machte sich dieser Fehler bemerkbar. „Es fehlte das System, die Erkenntnis der Volkspsyche und die demgemäße Durchführung der Propaganda, (...), weil sie keine reklamepsychologischen Grundlagen hatte, sondern vom grünen Tische aus gehandhabt wurde“ (Wiehler 1922, zit. in Goros 1998/99, S. 106f.). Auch Goros beschreibt, dass sich die deutsche Öffentlichkeitsarbeit nicht an ihrer Zielgruppe orientierte.

Ein kleiner Wandel in der Kommunikationspolitik wurde jedoch sichtbar mit dem Bruch in der *Werbung von der fünften zur sechsten Kriegsanleihe*. Motiviert durch das schlechte Ergebnis der fünften Kriegsanleihe und die zunehmenden Spannungen im Deutschen Reich wagten die traditionalistischen Kommunikationspolitiker, ihre Öffentlichkeitsarbeit teilweise

³⁷ Dazu auch Kunczik, Michael (1998): British and German propaganda in the United States from 1914 to 1917. In: Wilke, J. (Hrsg.) (1998): Propaganda in the 20th Century. Cresskill, N. J.

zu modernisieren. Der durchbrechende Erfolg der sechsten Kriegsanleihenkampagne bestätigte diesen Schritt rückwirkend.³⁸

4.3 Die Modernisten 1916-1917

Im Unterschied zu den *Traditionalisten* hielten die *Modernisten* die politische Ordnung des Deutschen Reiches nicht für von Gottesgnaden legitimiert: „In ihren Augen beruhte Legitimität weit stärker auf Führungsqualitäten und außenpolitischen Erfolgen und auf der aus diesen Leistungen erwachsenden Anerkennung im Volk“ (Schmidt 2006, S. 121).

Bevölkerung in der Heimat gerät stärker in den Fokus

„Geschlossenheit“ – auch für die *Modernisten* ein wichtiges Ziel – meinte in ihren Augen vor allem die Einheit zwischen Volk und Soldaten, die die Kommunikationspolitiker für gefährdet hielten: Nicht die Kampfesmoral der Soldaten, sondern der mangelnde Durchhaltewille der Bevölkerung war zweifelhaft. Die *Modernisten* zeichneten diesbezüglich ein Bild, in dem die Dolchstoßrhetorik bereits angelegt ist; schon 1917 finden sich Dokumente für die Schuldzuweisung der deutschnationalen Gruppierungen an die Sozialdemokraten, den – angeblich – eigentlichen und inneren Feind des Deutschen Reiches.³⁹

Die meisten *Modernisten* waren 1914 zwischen 40 und 50, also für Führungskräfte verhältnismäßig jung. Schmidt (2006, S. 117f.) charakterisiert: „Als junge Erwachsene erlebten sie den Durchbruch der Industriegesellschaft und den Übergang von der bismarckschen Kontinentalpolitik zur wilhelminischen ‚Weltpolitik‘. Zugleich machten viele (...) die Erfahrung, dass ihnen der Zugang zur Politik durch das Establishment verwehrt wurde“. Impulse für ihre Arbeit erhielten sie aus der Massenpsychologie, der Propaganda der Alliierten, der sozialistischen Massenkommunikation und der zeitgenössischen Reklametheorie – was insofern eine Neuerung darstellte, als die *Traditionalisten* von Reklame, sonst in der Wirtschaft verwandt, in der Politik nichts hielten.

„Psychologisierung“ und Visualisierung

Die *Modernisten* sahen Vorzüge der alliierten Kommunikationsarbeit darin, dass diese „auf dem neuesten psychologischen Wissensstand basiere und voll und ganz den Wahrnehmungs- und Empfindungsweisen der Menschen in der modernen Gesellschaft entspreche“, und wollten daraus lernen (Schmidt 2006, S. 135). Sie gingen zweckrational an die Sache: „Unsere Regierung hat dieses System bisher und viel zu lange als unfair und zu amerikanisch verschmäht, aber die Not der Stunde heiligt jedes Mittel“ (Ziemer 1918; zit. nach Schmidt 2006, S. 140)⁴⁰. So verwundert es nicht, dass die von den Alliierten vielfach genutzten visuellen Massenmedien – beispielsweise das *Bildplakat*, aber auch *Lichtbildervorträge* – im Kriegsverlauf auch im Deutschen Reich zunehmend an Bedeutung gewannen.⁴¹ An Relevanz ge-

³⁸ Vgl. Goros 1998/99, S. 122.

³⁹ Vgl. Schmidt 2006, S. 126; Ackermann 2004, S. 227f.

⁴⁰ Die Feindbilder der Modernisten unterschieden sich kaum von denen des traditionalistischen Hauptfeldes: „Die antienglischen und antiamerikanischen Feindvisionen (...) waren im Prinzip austauschbar und ähnelten weitgehend traditionalistischen Vorstellungen“. In einem Punkt waren sie jedoch einander unähnlich: Die Modernisten färbten jenes Feindbild antisemitisch ein, ihre Propaganda erinnert deshalb bereits an die späteren Hasstiraden der Nationalsozialisten im Dritten Reich. (Schmidt 2006, S. 135)

⁴¹ Vgl. Schmidt 2006, S. 25.

wann – verspätet – das *Kino*. Obwohl Deutschland im internationalen Vergleich zum Beginn des 20. Jahrhunderts eine der Kinonationen war, dauerte es einige Zeit, bis sich auch die Kommunikationspolitiker jenes Instrument zunutze machten.

Die Schlagwörter *modernistischer Kommunikationsarbeit* (nach Schmidt) waren:

- „klare Botschaften“ (die die Menschen vom Sieg überzeugen und ein Bekenntnis zu umfangreichen Annexionen darstellen sollten)
- „Vorbeugen“ (womit gemeint ist, dass man nur die richtigen Ideen in die Köpfe der Menschen setzen müsse, danach sei es kaum möglich, sie wieder vom Gegenteil zu überzeugen)
- „Volkstümlichkeit“ (was bedeutet, dass dem Volk „aufs Maul“ geschaut werden und dessen Nähe gesucht werden müsse)
- „anschauliche Verkürzung“ (Kommunikation sollte einfach und prägnant sein)
- „Gefühlspropaganda“ (die sich an den Willen, nicht an den Verstand richtet; die Modernisten schreckten nicht vor Gräuelpopaganda zurück, denn von ihrer Wirkung waren sie überzeugt)
- „Wiederholungen“
- „zielgruppengerechter Medieneinsatz“ (Bilder für die nichtbürgerlichen Rezipienten)

4.4 Die Reformisten 1918ff.

Die massenhafte Unzufriedenheit, zahlreichen Demonstrationen, Streiks und revolutionären Unruhen des Jahres 1918 alarmierten *Modernisten* wie *Reformisten*, allerdings zogen sie unterschiedliche Schlüsse.⁴² „Vor allem eine kleine Gruppe innerhalb der Reichskanzlei meldete sich nun entschiedener als zuvor zu Wort und forderte eine grundlegende Reformierung und Liberalisierung amtlicher Kommunikationspolitik“ (Schmidt 2006, S. 183).

Setzen auf Vertrauen

Auch diese *Reformisten* redeten von „Einheit und Geschlossenheit, von Stimmung, Kraft und Willen. Daneben tauchte (...) jedoch ein weiterer Zentralbegriff auf: Vertrauen“. Der neue Begriff bezog sich auf die Vertrauensbeziehung zwischen der Regierung und der Bevölkerung: „Vertrauen bezeichnete die soziale Sicherheit, dass die politischen Herrschaftsträger das Richtige tun und die Erwartungen der Bürger nicht enttäuschen würden, und das hieß in reformistischer Perspektive, dass sich die Regierenden bei ihren Entscheidungen am Gemeinwohl orientierten“ (Schmidt 2006, S. 188f.) Damit verlagerte sich zugleich der Fokus von der Außen- und Kriegspolitik auf die Innenpolitik, deren Probleme zuerst gelöst werden müssten.

Es wurde Kritik an der zu harten Zensurpraxis geübt, eine Unterdrückung der Presse sei dysfunktional. Ohne eine freie und kritische Presse werde die Verbreitung von Gerüchten gefördert: „Die von der Presse unter dem Zwang der Zensur irreführende öffentliche Meinung suchte sich (...) Auswege in Gerüchten, in denen bereits Anfang Oktober 1918 von einem Zusammenbruch der deutschen Front die Rede war“ (Koszyk 1972, S. 19). Die bereits zweifelnden Teile der Bevölkerung würden auf diese Weise nur weiter von der Regierung und deren Zielen entfremdet.

⁴² Vgl. Schmidt 2006, S. 185.

Ähnlich wie Journalisten wurden auch *politische, insbesondere oppositionelle Parteien* nicht mehr als Feinde betrachtet. Kritikern sollte nicht mehr mit Manipulation, sondern mit Transparenz und dem Angebot zur Diskussion begegnet werden.

Vor der Gründung der *Zentralstelle für Heimatdienst* (ZfH) riet Erhard Deutelmoser: „(Es) wird zu erwägen sein, ob man nicht gut daran tut, von vorn herein mit den Parteiführern Fühlung zu nehmen und ihnen zu sagen, worauf es uns ankommt, (...) Erspart bleibt uns die Erörterung (...) ja doch nicht. Wir haben nur die Wahl, ob wir sie selber herbeiführen und damit Vertrauen erwecken wollen, oder ob wir sie aufschieben, bis man uns zwingt, sie in einer inzwischen durch Misstrauen schon vergifteten Atmosphäre zu führen“ (Deutelmoser 1918, zit. nach Schmidt 2006, S. 200f).

Realismus und Transparenz

Die *Reformisten* warnten auch vor Beschönigungen – die Enttäuschung sei nach übertriebener Hoffnung nur umso größer: „...sicher aber ist es falsch, Überschriften anzuwenden, die falsche Hoffnungen erwecken, wo besondere Zurückhaltung am Platze wäre. (...) Wir versetzen unser Volk in den Zustand einer gewissen Blasiertheit (Überheblichkeit – T.L.) den Kriegsergebnissen gegenüber und rufen Enttäuschungen hervor, wenn die angekündigten Erfolge ausbleiben sollten“ (Oberst Nicolai, zit. in Koszyk 1973, S. 175).

Die Stichworte *reformistischer Kommunikationsarbeit* (nach Schmidt 2006, insbes. S. 198ff.) lauten:

- klare politische Linie
- Transparenz
- Verbreitung zuverlässiger Tatsachen
- Übereinstimmung von Kommunikation und Handeln
- Respekt vor anderen Positionen, Verzicht auf Homogenisierung politischer Meinungen
- Zielgruppenorientierung
- Kooperation, beispielsweise mit Journalisten

Im Vergleich zu den *Traditionalisten* und *Modernisten* seien die *Reformisten* im Rahmen der monarchistischen Staatsordnung weniger erfolgreich gewesen, schätzt Schmidt ein (2006, S. 187 und 215). Es habe an eigener Konsequenz und an genügend Bündnispartnern im Establishment gemangelt. Allerdings wirkten ihre Positionen in die Weimarer Republik hinein.

5 Anhang

5.1 Die Autoren der Texte über die amtliche Öffentlichkeitsarbeit 1914-1918

E.B. = Eva Becker

E.S. = Eva Siegmund

T.L. = Tobias Liebert

Die Ursprungstexte wurden von E.B. und E.S. im Rahmen des Seminars „PR-Geschichte/PR-Museum“ unter Leitung von Günter Bentele und Stefan Wehmeier verfasst. E.S. legte im Sommersemester 2006 außerdem eine entsprechende Hausarbeit vor. Für einen zwischenzeit-

lichen formalen Korrekturgang gilt Günter Bentele Dank. Die Texte wurden später von T.L. bearbeitet und ergänzt.

5.2 Literaturverzeichnis (insbesondere Hausarbeit von E.S. bzw. Texte von E.B. und E.S.)

Ackermann, Jens P. (2004): Die Geburt des modernen Propagandakrieges im Ersten Weltkrieg. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Bentele, Günter; Liebert, Tobias (2005): PR-Geschichte in Deutschland. Allgemeine Entwicklung, Entwicklung der Wirtschafts-PR und Berührungspunkte zum Journalismus. In: Arnold, Klaus; Neuberger, Christoph (Hrsg.) (2005): Alte Medien – neue Medien. Festschrift für Jan Tonnenmacher. Wiesbaden VS Verl. für Sozialwiss. S. 221-241.

Bertkau, Friedrich (1928): Das amtliche Zeitungswesen im Verwaltungsgebiet Ober-Ost. Beitrag zur Geschichte der Presse im Weltkrieg. Leipzig: Univ.

Brockhaus (1994) Enzyklopädie in 24 Bänden. 19. Aufl. Band 24. Mannheim: F. A. Brockhaus.

Cleinau, G(eorg) (1914): Amtliche Nachrichtenstellen. In: Die Grenzboten. Berlin, 73. Jg. (1914), 2. Nr. 19 vom 13. Mai. S. 287-288 (Maßgebliches und Unmaßgebliches).

Creutz, Martin (1996): Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkriegs: die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung. Frankfurt am Main: Peter Lang.

Erdmann, Karl-Dietrich (1973): Die Zeit der Weltkriege. 1. Teilband: Der Erste Weltkrieg. Die Weimarer Republik. In: Grundmann, Herbert (Hrsg.) (1973): Handbuch der deutschen Geschichte. Bd. 4/1. Stuttgart: Ernst Klett Verlag.

Fischer, Heinz-Dietrich (Hrsg.) (1973): Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Texte und Quellen. Berlin: Verlag Volker Spiess.

Goros, Antonios (1998/99): Entwicklungen von Public Relations in Deutschland während der Kaiserzeit und der Weimarer Republik (1871-1933). Münster: Univ., Diss.

Haffner, Sebastian (2002): Geschichte eines Deutschen. Die Erinnerungen 1914-1933. München: dtv. Überarbeitete und erweiterte Fassung der Erstausgabe von 2000.

H(amburger), P(aul) (1917): Die Neuordnung des Pressedienstes der Reichsämtler. In: Deutsche Presse (DP). 5. Jg. (1917). Nr. 18 vom 15. September. S. 72f.

Koszyk, Kurt (1972): Deutsche Presse 1914-1945. Geschichte der deutschen Presse, Teil III. Berlin: Colloquium Verlag.

Koszyk, Kurt (1973): Entwicklung der Kommunikationskontrolle zwischen 1914 und 1918. In: Fischer, Heinz-Dietrich (Hrsg.) (1973): Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Berlin: Verlag Volker Spiess. S. 152-193.

Kunczik, Michael (1997): Geschichte der Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland. Köln; Weimar; Wien: Böhlau. Insbesondere S. 137-165.

Kunczik, Michael (2002): Öffentlichkeitsarbeit in Kriegszeiten. In: PR-Magazin. Heft 10/2002. Theorie & Praxis S. 45-52.

Liebert, Tobias (Hrsg.) (1999): Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation. Beiträge zur Tagung der DGPK-Fachgruppe „Public Relations/Organisationskommunikation“ vom 14. bis 16.10.1999 in Naumburg (Saale). Leipzig: Univ., Inst. f. KMW. Insbesondere S. 16ff. und 39ff.

Liebert, Tobias (2003): Der Take-off von Öffentlichkeitsarbeit. Beiträge zur theoriegestützten Real- und Reflexions-Geschichte öffentlicher Kommunikation und ihrer Differenzierung. Leipzig: Univ., Inst. f. KMW.

Ludendorff, Erich (1992): Wie der Weltkrieg 1914 „gemacht“ wurde. Viöl/Nordfriesland: Archiv-Edition, Verlag für ganzheitliche Forschung und Kultur.

Ludendorff, Erich (1941): Meine Kriegserinnerungen 1914-1918. Berlin: E. S. Mittler & Sohn. Sechste Auflage.

Müller, Helmut M. (1996) in Zusammenarbeit mit weiteren Autoren und Meyers Lexikonredaktion: Deutsche Geschichte in Schlaglichtern. Mannheim; Leipzig; Wien; Zürich: Meyers Lexikonverlag.

Pyta, Wolfram (2004): Paul von Hindenburg als charismatischer Führer der deutschen Nation. In: Möller, Frank (Hrsg.): Charismatische Führer der deutschen Nation. München: E. Oldenbourg. S. 109-148.

Schmidt, Anne (2006): Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit: Zum Wandel amtlicher Öffentlichkeitsarbeit in Deutschland 1914-1918. Essen: Klartext Verlag. (Zugl.: Bielefeld, Diss.)

Schulze, Hagen (1996): Kleine Deutsche Geschichte. Mit Bildern aus dem Deutschen Historischen Museum. München: Verlag C. H. Beck.

Verhey, Jeffrey (1997): Krieg und geistige Mobilmachung. Die Kriegspropaganda. In: Kruse, Wolfgang (Hrsg.): Eine Welt von Feinden. Der Große Krieg 1914-1918. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch Verlag.

Verhey, Jeffrey (1999): Überlegungen zu einer Kulturgeschichte der Propaganda im Ersten Weltkrieg. In: Liebert, Tobias (Hrsg.) (1999): Persuasion und Propaganda in der öffentlichen Kommunikation. Beiträge zur Tagung der DGPK-Fachgruppe „Public Relations/Organisationskommunikation“ vom 14. bis 16.10.1999 in Naumburg (Saale). Leipzig: Univ., Inst. f. KMW. S. 39-49.

Zentner, Christian (1982): Deutschland. Von der Reichsgründung bis heute. Stuttgart: Unipart.

Mehrere *Internetseiten* des Deutschen Historischen Museums, insbesondere:

<http://www.dhm.de/lemo/html/1914/index.html> (Abruf am 6. Juli 2006)

<http://www.dhm.de/lemo/html/wk1/innenpolitik/index.html> (Abruf am 6. Juli 2006)

<http://www.dhm.de/lemo/html/dokumente/wilhelm142/index.html> (Abruf am 10. Juli 2006)

<http://www.dhm.de/lemo/html/dokumente/wilhelm144/index.html> (Abruf am 10. Juli 2006)

Weitere Seiten (Abruf am 29. August 2012), genaue Verweise in den Fußnoten

Diverse *Seiten* aus folgenden Online-Quellen:

<http://www.bundesarchiv.de/aktenreichskanzlei/1919-1933/> (Abruf am 29. August 2012), genaue Verweise in den Fußnoten

<http://www.reichstag-abgeordnetendatenbank.de/> (Abruf am 29. August 2012), genaue Verweise in den Fußnoten

Mehrere *Internetseiten* aus dem Online-Lexikon Wikipedia, zum Beispiel:

<http://de.wikipedia.org/wiki/Burgfrieden> (Abruf am 9. Juli 2006)

Entsprechende Seiten mit biografischen Informationen (Abruf am 29. August 2012), genaue Verweise in den Fußnoten