



ARNE CHRISTIAN SEGELKE

Deutsche und britische Propaganda in Dänemark während des Ersten Weltkrieges



Berliner
Wissenschafts-Verlag

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	11
1.1 Der Erste Weltkrieg, Propaganda und Dänemark	11
1.2 Thema, Ansatz und Zielsetzung der Arbeit	17
1.3 Forschungs- und Literaturstand	20
1.4 Quellenlage	25
1.5 Aufbau der Arbeit	28
2. Dänemark und der Erste Weltkrieg	31
2.1 Auftakt: Ein Kopenhagener Augusterlebnis	31
2.2 Als neutraler Kleinstaat zwischen verfeindeten Großmächten	36
2.3 Die Dänische Außenpolitik während des Ersten Weltkrieges: Ein Balanceakt zwischen deutschen und britischen Ansprüchen	40
2.4 Die Entwicklung einer pragmatischen skandinavischen Zusammenarbeit während des Krieges	44
2.5 Der Krieg als mediales Ereignis in Dänemark	45
3. Warum Propaganda? Gründe für die propagandistische Tätigkeit Deutschlands und Großbritanniens in Dänemark	51
3.1 Die Beeinflussung von öffentlicher Meinung und Stimmung in Dänemark	52
3.2 Die Beeinflussung der „Weltpresse“ durch Propaganda in den neutralen Ländern	55
3.3 Die Medienöffentlichkeit der neutralen Länder als symbolischer Kriegsschauplatz	55
4. Stimmung und öffentliche Meinung in Dänemark sowie Schweden und Norwegen während des Krieges	57
4.1 Dänemark: „Wenn aber die Dänen Deutschland hassen, so wissen sie warum“	57
4.2 Norwegen: „Still they love us, despite the fact, that some of their illusions are gone“	62
4.3 Schweden: „Tyskvänner“ und „Ententevänner“	64
5. Phasen, Institutionen und Inhalte der deutschen und britischen Propaganda	67
5.1 Improvisation und Aufbau (1914–1915)	69
5.1.1 Großbritannien: Mobilisierung der eigenen Bevölkerung	70
5.1.2 Deutschland: Institutionen der Auslandspropaganda 1914–1915	75
5.2 Aus- und Umbau (1915–1916)	80
5.2.1 Großbritannien: Von der Mobilisierungs- zur Kriegspropaganda	80
5.2.2 Deutschland: Nur gute oder gar keine Nachrichten	81

5.3	Evaluierung und Konkurrenz (1916–1917)	84
5.3.1	Großbritannien: Die Einrichtung des Department of Information	84
5.3.2	Deutschland: Institutionelle Konkurrenz und mediale Inszenierung des Krieges	85
5.4	Durchhaltepropaganda (1917–1918)	86
5.4.1	Großbritannien: Die Einrichtung eines Propagandaministeriums	87
5.4.2	Deutschland: Zunehmende Konkurrenz zwischen OHL und Auswärtigem Amt	88
5.5	Fortsetzung der deutschen Propaganda nach dem Waffenstillstand (1918–1920)	90
6.	Pressepropaganda	93
6.1	Die grenzüberschreitenden Nachrichtenkommunikation und ihre Beeinflussung während des Krieges: Telegraf, Telefon und Nachrichtenagenturen	93
6.1.1	Telegraf und Telefon: Regulierung und Zensur der grenzüberschreitenden Kommunikation	94
6.1.2	An der Schnittstelle von Presse, Politik, Wirtschaft und Propaganda: Nachrichtenagenturen und ihre Rolle während des Ersten Weltkrieges	98
6.2	Die dänische Presselandschaft	109
6.3	Das Bemühen um eine neutrale Berichterstattung: Zensur und Pressekontrolle durch die dänische Regierung	115
6.4	Die Beurteilung der dänischen Presse durch Deutschland und Großbritannien	117
6.5	Unterschiedliche Strategien der britischen und deutschen Regierungen im Umgang mit der in- und ausländischen Presse: Kamingespräche und Kontrollen	121
6.6	Deutsche und britische Bemühungen zur Beeinflussung der dänischen Presse	124
6.6.1	Deutsche und britische Pressebüros in Dänemark	124
6.6.2	Propagandistische Meldungen und die Berichterstattung der dänischen Zeitungen über den Krieg	128
6.6.3	Beeinflussung von Journalisten	134
6.6.4	Der Umgang mit dänischen Korrespondenten	135
6.6.5	Der Versand von deutschen und britischen Zeitungen nach Dänemark	137
6.6.6	Finanzielle Unterstützung, Kauf und Neugründung von Zeitungen und Zeitschriften	137
6.6.7	Papierlieferungen	141
6.7	Zwischenfazit Pressepropaganda	142

7. Literaturpropaganda	143
7.1 Broschürenpropaganda	143
7.1.1 Broschürenpropaganda 1914–1915	143
7.1.2 Deutsche und britische Broschürenpropaganda 1916–1918: Import oder lokale Produktion?	149
7.2 Buchpropaganda	150
7.2.1 Importe originalsprachlicher Bücher	151
7.2.2 Die Zusammenarbeit mit dänischen Verlagen	152
7.2.3 Französische Buchpropaganda in den Jahren 1917–1918	156
7.3 Inhalte und Themen der Broschüren- und Literaturpropaganda	158
7.3.1 „Gräuelpropaganda“	158
7.3.2 „For they know no force but arguments“: Britische argumentative Propaganda und die Gelehrten	162
7.3.3 Reichstagsreden und kaiserliche Order: Deutsche argumentative Propaganda	162
7.3.4 Zwischen Fakt und Fiktion 1 – Eine britische Spezialität: Schlachtendarstellungen (1915–1917)	164
7.3.5 Zwischen Fakt und Fiktion 2 – Eine deutsche Spezialität: Kriegsnovellen (1916–1917)	165
7.3.6 Britische Kriegsnovellen: Seegeschichten	170
7.3.7 Propagandistische Schriften zum deutsch-dänischen Verhältnis	171
7.4 Dänische Literatur zum Ersten Weltkrieg und ihr Verhältnis zur Propaganda	172
7.5 Fortsetzung der Literaturpropaganda nach dem Waffenstillstand	177
7.6 Zwischenfazit Literaturpropaganda	178
8. Bildpropaganda	179
8.1 Grundlagen der Bildpropaganda	179
8.1.1 Der Krieg als visuelles Ereignis in Berichterstattung und Propaganda	179
8.1.2 Technische und soziale Voraussetzungen der Bildpropaganda: Von der Fotografie zum Pressebild	182
8.1.3 Die Verbreitung der Bilder: Bildagenturen, Klischeeanstalten, Filmfirmen	183
8.1.4 Die Entwicklung der Bildberichterstattung über den Krieg	184
8.1.5 Nicht nur Fotografien: Die materielle Vielfalt der Bildpropaganda	186
8.2 Institutionen, Motive und Entwicklungslinien der deutschen und britischen Bildpropaganda während des Ersten Weltkrieges	186
8.2.1 Deutschland	186
8.2.2 Großbritannien	195

8.3	Bildtexte, Retuschen und zeichnerische Elemente als Mittel der Propaganda	198
8.4	Der dänische Blick auf den Krieg: Die Bildberichterstattung über den Krieg in der Tageszeitung „Politiken“	202
8.5	Bildwerke über den Krieg	205
8.6	Bildausstellungen	209
8.7	Zwischenfazit Bildpropaganda	210
9.	Filmpropaganda	213
9.1	Grundlagen der Filmpropaganda: Die Entwicklung einer filmischen Infrastruktur in Dänemark	213
9.2	Filmwirtschaft im Krieg: Deutsche Einflussnahme auf die Nordisk	216
9.3	Inhalte der deutschen und britischen Filmpropaganda	219
9.3.1	1914–1915: Aufbau der Filmpropaganda	219
9.3.2	1916: Die große Filmschlacht	224
9.3.3	1917: Das Publikum zwischen Kriegsmüdigkeit und Sensationshunger	228
9.3.4	1917–1918: Die Macht der Unterhaltung	230
9.4	Zwischenfazit Filmpropaganda: Von Kriegsfilmern, Filmschlachten und der Macht der Unterhaltung	235
10.	Kultur- und Gesellschaftspropaganda	237
10.1	Kulturpropaganda	237
10.1.1	Institutionen der Kulturpropaganda	238
10.1.2	Ausstellungen	240
10.1.3	Vorträge	241
10.1.4	Musikalische Veranstaltungen	243
10.1.5	Tourneen von Schauspielern und Schaustellern	244
10.2	Gesellschaftspropaganda	245
10.3	Zwischenfazit Kultur- und Gesellschaftspropaganda	247
11.	Zusammenfassung	249
	Anhang: Tabelle	257
	Quellen und Literatur	259
A.	Ungedruckte Quellen	259
B.	Gedruckte Quellen	261
a)	Quellensammlung	261
b)	Propagandistische Werke des Ersten Weltkrieges	262
C.	Forschungsliteratur (Sekundärliteratur)	265

1. Einleitung

1.1 Der Erste Weltkrieg, Propaganda und Dänemark

Was wir über den Krieg wissen – so ließe sich ein bekanntes Zitat von Niklas Luhmann abwandeln –, das wissen wir durch die Massenmedien.¹ Zwar stellen Kriege bedeutende und entscheidende Ereignisse für eine Gesellschaft dar, der Zugang zu den Kriegsschauplätzen ist jedoch meist limitiert. Diejenigen, die nicht am Schlachtgeschehen teilgenommen haben, sind auf Berichte von dort angewiesen. Das bange Warten und der Auftritt des Boten finden sich bereits früh in der abendländischen Dramatik. „Ich war dabei, ihr Perser. Nicht nach anderer Wort erzähl ich, welch ein Unglück uns bereitet ward“, so hebt der Bote in Aischylos „Persern“ seine Augenzeugenschaft hervor, um den Authentizitätsanspruch des anschließenden Berichtes zu unterstreichen.²

Die Übertragungs- und Darstellungsmedien haben sich über die Zeiten hinweg geändert. In technischer Hinsicht folgten auf das Medium Mensch zunächst mechanische, dann elektrische und später elektronische bzw. digitale Medien. Eine mündliche Öffentlichkeit wurde dabei durch eine massenmediale Öffentlichkeit abgelöst. Massenmedien basieren auf dem Prinzip einer Aufmerksamkeitsökonomie. Die Redaktionen versuchen dabei, die Aufmerksamkeit des Publikums durch möglichst aktuelle und sensationsheischende Berichte zu gewinnen, um die gewonnene Aufmerksamkeit dann an Anzeigenkunden weiterverkaufen.³ In der Konkurrenzsituation des Marktes stellten Neuigkeiten eine leichtverderbliche Ware dar, deren Haltbarkeit sich mit der Beschleunigung der Nachrichtenübermittlung zunehmend verkürzte. Im Wettlauf um die neuesten Nachrichten begaben sich seit dem frühen 19. Jahrhundert vermehrt Journalisten in die Kriegsgelände, um dem heimischen Publikum über das dortige Geschehen zu berichten. Ein Problem blieb allerdings seit der Antike bestehen: Wie ließ sich das unübersichtliche Kriegsgeschehen in Worte oder sogar Bilder fassen? Selbst vom sprichwörtlichen Feldherrenhügel aus konnte man das Getümmel auf dem Schlachtfeld kaum überblicken. Je größer das Kampfgebiet, je länger sich die Fronten hinzogen, umso schwieriger war es, ein zutreffendes Gesamtbild des Geschehens zu erlangen. Zudem spielen seit jeher Zufall und Intuition keine geringe Rolle in der Kriegführung. Wie war es also möglich, dieses beinahe tumultuarische Geschehen in eine sinnvolle und chronologische Abfolge, in eine ebenso knappe wie zutreffende Wiedergabe der Ereignisse zu fassen? Sowohl in der Strategie als auch in der Berichterstattung behalf man sich mit der Sequenzierung proto-

1 Das Zitat lautet: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ Luhmann, Niklas: Die Realität der Massenmedien, Opladen²1996, S. 9.

2 Aischylos: Die Perser. Sieben gegen Theben, Stuttgart 1997, S. 17.

3 Franck, Georg: Ökonomie der Aufmerksamkeit, München und Wien 1998, S. 63–64.

typischer Teilereignisse (wie beispielsweise Attacken, Rückzüge oder Überraschungsangriffe), die aneinander gereiht den Verlauf einer Schlacht oder eines Krieges beschrieben. Auch die bildlichen Darstellungen des Krieges folgten häufig diesen Mustern, indem sie bestimmte Schlüsselereignisse des Kriegsverlaufs abbildeten. Parallel zu den Erzählkonventionen bildeten sich auf diese Weise Abbildungskonventionen des Krieges heraus.

Während die Militärs sich um eine nüchterne Analyse des Kriegsverlaufs bemühten, wurde der Krieg in den Medien meist spektakulär inszeniert. Die Ursache hierfür lag vor allem in der Konkurrenzsituation auf dem Medienmarkt. Getreu der Devise „if it bleeds, it leads“ konnten Redakteure und Verleger beim Abdruck fesselnder Kriegsberichte von einem erhöhten Interesse der Leserschaft ausgehen, so Sontag.⁴ Häufig emotionalisierten diese Darstellungen sogar das Publikum. Zumal wenn es sich um einen Krieg handelte, in den das eigene Land involviert war.⁵ Patriotismus und Gewinnstreben lagen häufig ebenso dicht beieinander wie Information und Unterhaltung, wie Berichterstattung und Propaganda. Letztere gewann seit der Mitte des 19. Jahrhunderts an Bedeutung. Mit dem Aufkommen einer Massenpresse sahen sich Staatsregierungen und Militärführungen damit konfrontiert, dass die Beurteilung eines Krieges durch die eigene Bevölkerung zunehmend von der Medienberichterstattung abhing. Und da der öffentlichen Meinung im Zuge der Demokratisierungs- und Emanzipierungsbewegungen des 19. Jahrhunderts immer größeres Gewicht zukam, war die Bedeutung der Propaganda als Mittel zu deren Beeinflussung bald nicht mehr zu übersehen.

Entscheidenden Einfluss auf die Entwicklung von Kriegsberichterstattung und Propaganda nahm dann der Erste Weltkrieg, der zugleich die Modernisierung und Internationalisierung der Medien beförderte. Seit den Napoleonischen Kriegen hatten sich Konflikte innerhalb Europas meist auf relativ kurze und eingehegte Auseinandersetzungen beschränkt. Was jedoch im Sommer 1914 als lokaler Konflikt auf dem Balkan begonnen hatte, weitete sich jedoch rasch zu einem zunächst europäischen, dann weltweiten Konflikt von bis dahin ungekannten Ausmaßen aus. Auch die sich zunächst neutral verhaltenden Länder sahen sich bald einem enormen politischen, wirtschaftlichen und propagandistischen Druck durch die kriegführenden Länder ausgesetzt, dem sich nur schwer standhalten ließ. In Europa gelang es allein der Schweiz, Spanien und den skandinavischen Staaten, ihre Neutralität bis zum Ende des Krieges zu bewahren. Dies war kein ganz leichtes Unterfangen, denn die kriegführenden Länder verstärkten stetig ihre Bemühungen, um die Neutralen zum Kriegseintritt zu bewegen.

Die für die Propaganda Verantwortlichen standen jedoch vor einem ernst zu nehmenden Problem: Kaum jemand hatte mit einem mehrjährigen weltweiten Krieg ge-

4 Bei dieser Devise handele es sich um den Sinnspruch der Zeitungsbranche. Sontag, Susan: Das Leiden anderer betrachten, München und Wien 2003, S. 25. Der dänische Historiker Thorsen formulierte es blumiger: „Naar Krigsguden Mars er ude, iler den vingede Gud Merkur med endnu større Hast.“ Thorsen, Svend: Avisernes udvikling indtil 1940, Kopenhagen 1947 (=Ders.: Den danske Dagspresse, Bd. 1), S. 218.

5 Am Beispiel des Krimkrieges zeigt dies auf: Keller, Ulrich: The Ultimate History. A Visual History of the Crimean War, Amsterdam 2001.

rechnet. Propagandistische Institutionen waren zunächst nur in Ansätzen vorhanden. Es wurde notwendig, entsprechende Einrichtungen aufzubauen und adäquate Mittel, Strategien und Inhalte für die Meinungslenkung im eigenen Land sowie im Ausland zu finden. Die Entwicklung dieser Institutionen und ihrer Tätigkeiten wurde zum einen durch nationale Faktoren beeinflusst. Hierzu zählten beispielsweise die Rivalitäten verschiedener militärischer und staatlicher Stellen, die sich kreuzenden Initiativen von Privatleuten, Politikern, Pressevertretern und Diplomaten sowie deren häufig divergierenden Ansichten über die Art und Ausrichtung von Propaganda. Doch auch länderübergreifende Aspekte spielten eine Rolle. Die Diplomaten und Propagandisten der kriegführenden Länder beobachteten nicht nur Medien und öffentliche Meinung in den neutralen Ländern, sondern auch die dortigen propagandistischen Aktivitäten der Gegenseite genau und bemühten sich, darauf zu reagieren. Im Rahmen dieses Wechselspiels entstanden dann grenzüberschreitende Trends in der propagandistisch motivierten Darstellung des Krieges, die dessen Wahrnehmung im In- und Ausland wesentlich beeinflussten. Zum Ende des Krieges existierten dann in den kriegführenden Ländern professionelle propagandistische Einrichtungen, die Strategien und Techniken zur Einflussnahme auf sämtliche Medien entwickelt hatten. Der Erste Weltkrieg stand damit am Ausgangspunkt einer modernen Propaganda, die alle weiteren (europäischen) Kriege, Konflikte und staatlichen Terrormaßnahmen des gewalttätigen 20. Jahrhunderts begleiten sollte. Die propagandistische Auseinandersetzung umfasste sämtliche Medien. Dies war nur folgerichtig, denn der Krieg wurde in allen Medien thematisiert und stellte ein mediales Großereignis dar, das die Internationalisierung, Modernisierung und Konvergenz der Medien beförderte.

Dies war auch in Dänemark der Fall, wo der Krieg (und damit auch die Propaganda) das gesamte Mediensystem des Landes erfasste. Ausgehend vor allem von Deutschland und Großbritannien ging ein Regen von Depeschen, Fotografien, Dias, Bildbänden, Flugblättern, Broschüren, Büchern und Filmen auf Dänemark nieder. Künstler wurden auf Tournées geschickt, Ausstellungen veranstaltet und sogar einzelne Bürger für die Gesellschaftspropaganda angeworben. Journalisten wurden bestochen, Zeitungen, Buchverlage und Telegrafagenturen aufgekauft oder über Strohmänner neu gegründet, die dänische Filmwirtschaft beeinflusst und manches mehr.

Das Leitmedium der Berichterstattung während des Ersten Weltkrieges bildeten die Tageszeitungen. Auch in Dänemark sahen sich deren Redaktionen mit der schwierigen Aufgabe konfrontiert, Erzählstrategien und Abbildungstechniken zu finden, um das Phänomen des Krieges adäquat darzustellen und zu beurteilen. Zwar konnten sie hierbei auf seit Jahrhunderten tradierte Darstellungsmuster zurückgreifen, doch mussten diese an die veränderte Kriegführung des Ersten Weltkrieges und die modernen Medien angepasst werden. Schließlich stellte der Krieg nicht nur ein militärisches, sondern auch ein mediales Ereignis bisher ungekannten Ausmaßes dar, das sowohl die Kriegsberichterstattung als auch das internationale Mediensystem grundlegend veränderte.

Wie auch in anderen Ländern beförderte der Erste Weltkrieg in Dänemark einen Modernisierungsschub im Medienbereich.⁶

Zunächst galt es aber, grundlegende Erzähllinien festzulegen und verschiedene Medien wie Texte, Bilder und Karten in die Berichterstattung zu integrieren. Hierbei waren die dänischen Journalisten auf Material angewiesen, das von den kriegführenden Ländern in propagandistischer Absicht in den weltweiten Nachrichtenkreislauf eingespeist oder direkt an sie versandt worden war. Schnell stellte man in den Redaktionsstuben fest, dass die Meldungen verschiedener Länder meist voneinander abwichen, ja sich häufig sogar widersprachen. Die Redakteure wogen alle Mitteilungen sorgsam gegeneinander ab, um nicht unkritisch die Sichtweise der einen oder anderen Seite zu übernehmen. Dies geschah zum einen aus Sorge um das Renommee der Zeitung, zum anderen forderten die skandinavischen Regierungen von der Presse ihrer Länder eine dezidiert neutrale Berichterstattung ein. Gleichzeitig nahmen die vielfältigen Bemühungen zur Beeinflussung der dänischen, schwedischen und norwegischen Presse während des Krieges in einem solchen Umfang zu, dass sich die skandinavischen Staaten zu einer Zusammenarbeit auf dem Gebiet der Zensur entschlossen und eine gemeinsame Gegenpropaganda planten, die allerdings bis zum Kriegsende nicht mehr umgesetzt wurde.

Ungeachtet all dieser propagandistischen Bemühungen blieb Dänemark – ebenso wie Schweden und Norwegen – während des Krieges standhaft der Neutralität verpflichtet. Und tatsächlich waren die kriegführenden Länder mit diesem Zustand auch nicht völlig unzufrieden. Schließlich ging die Neutralität der skandinavischen Staaten mit einer Aufrechterhaltung der Handelsbeziehungen und der Neutralisierung der Ostsee als Kampfraum einher. Verzichten auf die Auslandspropaganda in Skandinavien wollte man jedoch weder in Berlin noch London. Zum Ersten flankierten propagandistische Maßnahmen die Außen- und Wirtschaftspolitik der kriegführenden Länder. Zum Zweiten wollte man den Kriegsgegnern durch den Verzicht auf Propaganda keinen Vorteil bieten. Solch ein Verzicht war allerdings auch kaum möglich, denn der Weltkrieg beförderte eine Globalisierung der Massenmedien, die wiederum weltweite Propagandastrategien notwendig machte. Im Rahmen solcher Strategien konnten einzelne Länder nicht einfach vernachlässigt werden. Daher mussten die Inhalte der Propaganda im In- und Ausland koordiniert werden. Denn würden beispielsweise die im eigenen Land veröffentlichten deutschen Kriegsmeldungen von denen in Südamerika, Australien, Dänemark oder anderswo publizierten abweichen, so wäre dies schnell bemerkt worden. Den skandinavischen Zeitungen kam während des Weltkrieges sogar eine größere Rolle innerhalb der Weltpresse zu als in Friedenszeiten. Denn aufgrund des Neutralitätsgebotes der skandinavischen Regierungen genossen sie auch in anderen Ländern einen guten Ruf. Gelang es beispielsweise britischen Propagandisten, eine Meldung in eine skandinavische Zeitung zu schmuggeln, so wurde diese unter Um-

6 Lehmann, Ulrik: *An Album of War. The Visual Representation of the First World War in Danish Magazines and Newspapers*, in: Ahlund, Claes (Hg.): *Scandinavia in the First World War. Studies in the War Experience of the Northern Neutrals*, Lund 2012, S. 57–84, S. 57.

ständen mit der Quellenangabe „Kopenhagen“, „Stockholm“ oder „Christiania“ (das 1925 in „Oslo“ umbenannt wurde) weiterverbreitet, und die wahre Herkunft der Meldung damit verschleiert.

Auch wenn es den Propagandisten der kriegführenden Länder nicht gelang, die Skandinavier zur Kriegsteilnahme zu begeistern, so hatte die Propaganda in Nordeuropa einen Nebeneffekt, mit dem zunächst nicht zu rechnen war. Sie trug nämlich indirekt zur Beeinflussung von Nationalisierungsprozessen in den einzelnen Ländern sowie der Forcierung eines übergreifenden Prozesses der Skandinavisierung bei.⁷ Dies lag daran, dass sich vor dem Hintergrund der Kriegsberichterstattung die Wahrnehmung des eigenen Landes, der skandinavischen Nachbarstaaten und nicht zuletzt des Großraumes Skandinavien änderten. Die Kriegsberichterstattung wiederum basierte fast ausschließlich auf Informationen und Materialien, die in propagandistischer Absicht veröffentlicht wurden. Auf diese Weise konnte die Propaganda auf eine ursprünglich nicht intendierte Weise die Selbst- und Fremdwahrnehmung in Dänemark beeinflussen. Tatsächlich kam es nämlich zu einer Aufwertung des Bildes vom eigenen Land. Denn angesichts des Krieges erschien nun die randständige Lage innerhalb Europas als etwas Positives. Und auch das ehemals als provinziell gescholtene gemütliche Tempo sowie die Solidität des städtischen und ländlichen Lebens wurde nun plötzlich als eine durchaus erstrebenswerte Idylle wahrgenommen, während der Krieg gleichzeitig die bis dahin als vorbildlich gesehenen Großmächte Deutschland, Großbritannien und Frankreich ein Stück weit von ihren Sockeln hob. Denn eben jene Länder, die bis dahin in Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft den Ton angegeben hatten, fuhren sich nun – bildlich gesprochen – in einem Krieg von bis dahin nie gesehener Intensität gegenseitig an die Kehle, dessen Sinn nicht recht ersichtlich war.

7 Der Begriff „Nationalisierungsprozesse“ weist auf den konstruktiven Charakter einer Nation hin. Danach ist diese weniger als statische Entität, sondern vielmehr als ein in steten Kommunikationsprozessen verhandeltes Konstrukt zu sehen. Anderson entwickelte in diesem Zusammenhang das Konzept der Nation als imaginierte Gemeinschaft. Anderson, Benedict: Die Erfindung der Nation. Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts, Frankfurt a. M. 2006. Dabei wies Anderson auf die besondere Rolle von Medien in diesem Konstruktionsprozess hin. So würden beispielsweise Zeitungen, Karten, Transport- und Kommunikationsmittel und eine einheitliche Zeit es erlauben, die Nation stets aufs Neue erfahrbar zu machen. In ihrem Zusammenwirken vermittelten diese Medien zum einen eine „Gleichzeitigkeit des Anderswo“ und simulierten damit einen einheitlichen nationalen Raum, so: Bolz, Norbert: Weltkommunikation, München 2001, S. 8. Zum anderen beförderten sie stets aufs Neue eine Imagination von Gemeinschaft in der Gesellschaft, welche „[...] den Nationalstaat als sich selbst steuerndes Gemeinwesen konstituiert“, so: Imhof, Kurt: Öffentlichkeit und Identität, in: Kaelble, Hartmut; Kirsch, Martin und Schmidt-Gernig, Alexander (Hg.): Transnationale Öffentlichkeiten im 20. Jahrhundert, Frankfurt und New York 2002, S. 42. Analog hierzu soll der Begriff „Skandinavisierungsprozesse“ jene kommunikativen Prozesse bezeichnen, die zur medialen und mentalen Konstruktion von Skandinavien als kulturell, historisch und sprachlich zusammenhängendem Raum beitragen und damit auch die Grundlage für ein entsprechendes politisches Handeln und dessen gesellschaftliche Akzeptanz legten. Beide Prozesse (jene von Nationalisierung und Skandinavisierung) verliefen in Nordeuropa parallel und miteinander verbunden.

Während sich auf diese Weise der Glaube an einen vernunftgeleiteten und gemeinsamen europäischen Weg in die Zukunft abschwächte, gewann in Dänemark, Schweden und Norwegen der Gedanke einer skandinavischen Zusammenarbeit an Attraktivität. Dies lag auch daran, dass eine pragmatische skandinavische Zusammenarbeit den besten Weg zur Absicherung der dänischen, schwedischen und norwegischen Neutralität darstellte. Die Zusammenarbeit erleichterte auch die Überwindung von bis dahin bestehenden Antagonismen, welche auf die Konkurrenz und Schwächung der absolutistischen Reiche Dänemark und Schweden sowie deren Transformation in drei moderne Nationalstaaten zurückzuführen waren. Vor allem in Norwegen, das erst 1905 völlige Unabhängigkeit von Schweden erlangt hatte, war man dem Gedanken einer skandinavischen Zusammenarbeit zunächst nicht übermäßig zugeneigt und stark auf die Aufrechterhaltung der nationalen Selbständigkeit bedacht. Angesichts des Ersten Weltkrieges erschien jedoch auch in Dänemark eine skandinavische Zusammenarbeit als die beste Alternative, um die Neutralität des eigenen Landes aufrecht zu erhalten.

In allen drei skandinavischen Ländern beförderte zudem die spezifische Situation des Krieges jene Verbindung von außenpolitischer Neutralität, konsensuellem Politikverständnis, Wohlfahrtsstaatmodell, starker Regulierung der Wirtschaft, Betonung des gesellschaftlichen Zusammenhalts sowie einer pragmatischen zwischenstaatlichen Zusammenarbeit, welche das Skandinavien des 20. Jahrhunderts nachhaltig prägen sollte.

Auf diese Weise hatte der Erste Weltkrieg als historisches wie mediales Ereignis einen größeren Einfluss auf die Geschicke der skandinavischen Länder, als ihm deren Geschichtsschreibungen gemeinhin zukommen lassen. Dass die Rolle des Ersten Weltkrieges in der skandinavischen Geschichte weiterhin unterschätzt wird, liegt zum einen vor allem daran, dass sich die Länder Skandinaviens während des Krieges neutral verhielten und der Krieg daher als ein Ereignis der gemeinsamen europäischen, nicht aber der nationalen dänischen, schwedischen oder norwegischen Geschichte gesehen wurde und wird. Aus einer nationalen Perspektive erscheint der Krieg eher als ein externes Ereignis, das bestenfalls in Form eines Katalysators die Entwicklungen im eigenen Land beförderte.

Zum anderen überdeckte die Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg nach 1945 schnell die Erinnerung an den Ersten Weltkrieg. Da sich die Neutralität der skandinavischen Länder während des Zweiten Weltkrieges nicht mehr oder nur teilweise aufrechterhalten ließ, wird der Zweite Weltkrieg in Skandinavien durchaus als Teil der jeweils eigenen Landesgeschichte gesehen. Zu keinem anderen historischen Thema erscheinen in Dänemark so viele Abschlussarbeiten, Dissertationen, Aufsätze, Monographien und populärhistorische Werke wie zu dem des Zweiten Weltkrieges. Die Einflüsse des Ersten Weltkrieges auf Dänemark und die anderen skandinavischen Länder sind hingegen weiterhin nur wenig erforscht. Diese Arbeit will dazu beitragen, die bestehende Forschungslücke zu schließen.

1.2 Thema, Ansatz und Zielsetzung der Arbeit

Im Fokus der Arbeit steht dabei die deutsche und britische Propaganda in Dänemark. Da Dänemark sich während des Ersten Weltkrieges neutral verhielt, stellte der Krieg hier vor allem ein mediales Ereignis dar. Tatsächlich gestaltete sich dieses mediale Ereignis in Dänemark jedoch viel facettenreicher, als dies in den kriegführenden Ländern der Fall war. Denn aufgrund der Neutralität des eigenen Landes hatten die dänischen Medien Zugang zu den Informationen beider Kriegsparteien und bemühten sich um eine umfangreiche und ausgewogene Berichterstattung über den Krieg. Die Landeshauptstadt Kopenhagen stellte zudem während des Ersten Weltkrieges den Kommunikationsknotenpunkt Nordeuropas dar. Zum einen hatte man damit in Dänemark einen privilegierten Zugang zu Informationen über den Krieg, zum anderen sah man sich jedoch den verstärkten propagandistischen Bemühungen beider Kriegsparteien ausgesetzt. Deutsche und britische Auslandspropaganda legten einen Schwerpunkt auf die neutralen Staaten, bald geriet die gesamte dänische Medienlandschaft in den Fokus der Propagandisten. Tatsächlich konnte man der Propaganda in Dänemark auch gar nicht entkommen, denn jede von den Kriegsparteien veröffentlichte Meldung, jedes Bild und jede Publikation waren in propagandistischer Absicht veröffentlicht und versandt worden. Da man in Dänemark die Berichte und Bilder beider Kriegsparteien übermittelt bekam, konnten diese jedoch gegeneinander abgewogen und beurteilt werden, um eine möglichst objektive Einschätzung der Kriegslage zu erhalten. Allerdings beschränkte sich die Propaganda der kriegführenden Länder nicht allein auf den Versand von Texten und Bildern. Es gab zudem beständige und ganz konkrete Versuche zur Beeinflussung des dänischen Mediensystems. (Beispielsweise durch Aufkauf oder Neugründung von Zeitungen, Nachrichtenagenturen oder Kinos, das Zahlen von Geldsummen an Zeitungen, Verlage oder einzelne Journalisten usw.)

Ziel der Arbeit ist es zu untersuchen, wie sich die deutsche und britische Propaganda über die Jahre des Krieges hinweg im Detail ausgestalteten, wie die konkreten Versuche zur Einflussnahme auf das dänischen Mediensystem aussahen und welche Erfolge sie hatten.

Dass sich ausgerechnet Deutschland und Großbritannien bei der Propaganda in Dänemark besonders hervortaten, lag in den außenpolitischen Verhältnissen begründet. Denn wenn es Dänemark und den andere skandinavischen Ländern auch gelang, während des gesamten Krieges die Neutralität zu wahren, so stellte diese jedoch keinen statischen Zustand dar. Stattdessen war die dänische Neutralität vielmehr durch ein ständiges Aushandeln der vor allem von Deutschland und Großbritannien gestellten Forderungen und Ansprüche geprägt. Generell lag diese Neutralität im Interesse der verfeindeten Großmächte, da sie mit einer Neutralisierung der Ostsee als Kampfraum sowie einer Fortsetzung der Handelsbeziehungen einherging.

Daher konnte Dänemark sich zwar der militärischen, nicht jedoch der diplomatischen und propagandistischen Rivalität sowie dem Handelskrieg zwischen Deutschland und Großbritannien enthalten. Diese Konfliktfelder waren im Rahmen der jeweiligen Außenpolitik und Kriegsziele eng miteinander verbunden. Die Auseinandersetzung auf

ihnen nahm im Verlauf des Krieges an Schärfe und Intensität zu. Dies galt auch für die Auslandspropaganda, die sich in den Jahren 1914–1918 von einer eher begleitenden Maßnahme zu einem integralen Instrument der Kriegsführung entwickelte.

Um den Ersten Weltkrieg als mediales Ereignis in Dänemark und dessen propagandistische Beeinflussung adäquat untersuchen zu können, werden daher zunächst der Handlungs- und Rezeptionsrahmen in Dänemark sowie die Institutionen und Entwicklungslinien der Propaganda in Deutschland und Großbritannien in den Blick genommen.

Auf dieser Grundlage werden dann Einzeluntersuchungen der während des Ersten Weltkrieges relevanten Medien (Presse, Bücher und Broschüren, Bilder und Filme sowie Kulturveranstaltungen) vorgenommen und diese aufeinander bezogen, um zu einer vollständigen und ausgewogenen Darstellung und Beurteilung der deutschen und britischen Propaganda in Dänemark während des Ersten Weltkrieges zu gelangen.

Die Arbeit ist daher grundsätzlich einem geschichtswissenschaftlichen Ansatz und der historisch-kritischen Methode verpflichtet, bei dem die relevanten Quellen einer eingehenden Untersuchung unterzogen und miteinander in Beziehung gesetzt werden. Sie beschäftigt sich mit einem bislang in der historischen Forschung zum Ersten Weltkrieg nur wenig beachteten Aspekt (die Auswirkungen des Krieges auf die skandinavischen Länder) und soll die zum Thema der Arbeit (deutsche und britische Propaganda in Dänemark) bislang bestehende Forschungslücke schließen.

Doch auch wenn der Schwerpunkt der Betrachtung auf Dänemark liegt, so nimmt die Untersuchung damit keinen nationalhistorischen Blickwinkel ein. Denn tatsächlich wurden die deutsche und britische Propaganda in Dänemark nicht parallel und unabhängig voneinander geplant und durchgeführt. Vielmehr bezogen sich die deutsche und britische Propaganda im Verlauf des Kriegs immer mehr aufeinander und berücksichtigten dabei auch die Verhältnisse, Stimmungen und Entwicklungen in Dänemark.

Um die Propaganda in Dänemark in einem gesamtskandinavischen Kontext beurteilen zu können, werden immer wieder Vergleiche mit der Propaganda in Schweden, Norwegen und Island vorgenommen. Auf diese Weise kann verdeutlicht werden, dass die deutsche und britische Auslandspropaganda zunächst vor allem als „Anhängsel“ der Propaganda im eigenen Land betrieben und deren Interessen und Strategien untergeordnet waren. Anhaltende Kriegsdauer sowie die Globalisierung der Kommunikation machten es jedoch erforderlich, die propagandistischen Inhalte und Methoden möglichst auf die verschiedenen Zielländer zuzuschneiden. Dafür mussten die Voraussetzungen, Verhältnisse und Diskurse in den Zielländern ebenso berücksichtigt werden, wie die dortige Propaganda der anderen kriegführenden Länder. Entsprechend wird Propaganda in dieser Arbeit nicht als Einweg-Kommunikation von Deutschland oder Großbritannien nach Dänemark, sondern vielmehr als wechselseitiger, länderübergreifender kommunikativer Prozess verstanden. Mit solch einem transnationalen Ansatz setzt sich die Arbeit auch von bisherigen Untersuchungen zur Propaganda des Ersten Weltkrieges ab, welche diese meist nur innerhalb eines Landes oder als Einweg-Kommunikation von dort in ein bestimmtes Ausland betrachten.

Doch erscheint solch ein transnationaler Ansatz gerade im Hinblick auf den Ersten Weltkrieg sinnvoll, da der Krieg eben ein weltweites Ereignis darstellte, dessen

Ursprünge, Verlauf und Auswirkungen durch länderübergreifende Entwicklungen geprägt waren. Die lange Zeit vornehmlich national ausgerichtete Fokussierung der Geschichtsschreibung überdeckte diese Wechselbeziehungen jedoch häufig.

Da die Bedeutung der Propaganda mit zunehmender Kriegsdauer wuchs und diese bald zu einem integralen Bestandteil der Kriegführung avancierte, vergrößerten und professionalisierten sich die propagandistischen Institutionen stetig. Bald bemühten sie sich um die Beeinflussung des gesamten dänischen Mediensystems. Um die deutsche und britische Propaganda in Dänemark adäquat untersuchen zu können, bedarf es daher nicht nur eines transnationalen, sondern auch eines interdisziplinären Ansatzes. Dies ist der Natur des Forschungsgegenstandes geschuldet. Propaganda zielt auf die politisch motivierte Beeinflussung der Wahrnehmung und Beurteilung bestimmter Ereignisse ab. Zu diesem Zweck versuchen die propagandistischen Akteure jene Medien zu beeinflussen, welche diese Ereignisse thematisieren. Aus diesem Grund hat diese Arbeit auch einen medienwissenschaftlichen bzw. medienhistorischen Aspekt. Denn jedes Medium ist durch eine spezifische Materialität und Medialität geprägt, basiert also auf bestimmten technischen Voraussetzungen und besitzt eine bestimmte kommunikative Leistungsfähigkeit und soziale Relevanz, die es von anderen Medien unterscheidet. Zudem ist jedes Medium in einen spezifischen wirtschaftlichen Rahmen eingebunden. So funktioniert ein Buchverlag beispielsweise anders als eine Filmfirma, wie auch Bücher sich von Filmen hinsichtlich Materialien, technischer Voraussetzung, Rezeptionsrahmen, kommunikativer Leistungsfähigkeit, Art der Informationsvermittlung usw. unterscheiden. Um die Funktionsweise und Wirkmöglichkeiten der Propaganda einschätzen zu können, müssen diese Unterschiede bzw. Spezifika berücksichtigt werden. Eine Untersuchung der Pressepropaganda muss damit beispielsweise andere Faktoren und Parameter berücksichtigen, als eine Untersuchung der Filmpropaganda. Daher sind den einzelnen Medien in dieser Arbeit eigenständige Kapitel gewidmet. Aufgrund des übergeordneten Forschungsinteresses und des Ziels einer Vergleichbarkeit der Ergebnisse sind diese in ihrem Aufbau so ähnlich wie möglich, gleichzeitig jedoch so individuell wie nötig, um die Charakteristika der einzelnen Medien berücksichtigen zu können. Eine Grundstruktur der einzelnen Kapitel ergibt sich aus den Entwicklungslinien der deutschen und britischen Auslandspropaganda. Diese werden in einem einführenden Kapitel untersucht, in dessen Rahmen auch eine Periodisierung der deutschen und britischen Auslandspropaganda vorgenommen wird. Diese erweist sich auch in der Untersuchung der einzelnen Medien als belastbar und erlaubt es, die Resultate der einzelnen Kapitel zu synchronisieren und aufeinander zu beziehen. In der Gesamtschau lässt sich abschließend nachvollziehen, auf welche Weise die deutsche und britische Propaganda das dänische Mediensystem während des Ersten Weltkrieges zu beeinflussen suchten, und welche Auswirkungen diese Versuche hatten.

Auch wenn die geschichtswissenschaftlichen (Geschichte des Ersten Weltkrieges) und medienwissenschaftlichen (Funktionsweise von Medien und Propaganda) bzw. medienhistorischen (Geschichte von Medien und Propaganda) Forschungsinteressen überwiegen, so besitzt die Arbeit zudem eine kulturwissenschaftliche Komponente. Dies liegt darin begründet, dass Propaganda zwar politisch intendiert und an Medien

gebunden ist, die Vermittlung ihrer Inhalte jedoch an bestimmte Konventionen, Werte und Normen gebunden ist und damit nicht nur an politische, sondern auch an kulturelle Diskurse anknüpft. So wird beispielsweise das eigene Handeln stets als gerechtfertigt im Rahmen der eigenen kulturellen Normen und Werte dargestellt, das Engagement der anderen Seite hingegen als ungerechtfertigt diskreditiert. Zudem ist das im Rahmen der Propaganda so wichtige Argumentieren mit Auto- und Heterostereotypen eng an kulturell vermittelte Identitäten und Alteritäten gebunden. Wie sehr Propaganda durch kulturelle Rahmenbedingungen beeinflusst wird, zeigt sich auch in ihrer formellen Ausgestaltung. Denn um erfolgreich zu sein, muss sie kulturell tradierte Abbildungs- und Erzählkonventionen, Formen und Symbole berücksichtigen.

Solch eine umfassende und systematische Untersuchung der Propaganda wurde bislang weder für Dänemark noch für ein anderes Land vorgenommen, wie sich bei Betrachtung des Forschungs- und Literaturstandes zeigt.

1.3 Forschungs- und Literaturstand

Während der Erste Weltkrieg ein beinahe unerschöpfliches Thema der deutschen, britischen und französischen Geschichtswissenschaften darstellt, ist dies hinsichtlich der skandinavischen Länder nicht der Fall. Dänemark, Schweden und Norwegen verhielten sich während des Krieges neutral. Aus der Sicht dieser Länder erscheint der Krieg retrospektiv weniger als ein Epochenbruch, sondern vielmehr als ein peripheres und externes Ereignis, das bestenfalls nach Art eines Katalysators langfristige historische Entwicklungen im eigenen Land beeinflusste. Daher wird der Krieg in Dänemark eher als ein Randphänomen der eigenen Landesgeschichte wahrgenommen.

Negieren ließ sich die historische Bedeutung des Ersten Weltkrieges allerdings auch in Dänemark nicht. Schließlich handelte es sich bei diesem Krieg um ein fundamentales Ereignis der europäischen Geschichte, der man sich auch in Nordeuropa zugehörig fühlte. Da sich die Zeitgenossen noch über längere Zeit an die kriegsbedingte Ausnahmesituation im eigenen Land und das mediale Spektakel der Kriegsberichterstattung erinnerten, fand der Krieg Eingang in das kommunikative Gedächtnis der Dänen. In das kulturelle Gedächtnis ging er jedoch nur bedingt ein.⁸ Je weiter der Krieg zurücklag, umso weniger Leute erinnerten sich an ihn und umso geringer wurde seine Relevanz für die eigene Landesgeschichte eingeschätzt. Entsprechend wurden die ausführlichsten Darstellungen zum Einfluss des Krieges auf die dänische Geschichte von Autoren verfasst, welche den Ersten Weltkrieg selber erlebt hatten.

8 Laut Assmann konstituiert sich das kommunikative Gedächtnis durch im persönlichen Gespräch weitergegebene Informationen. Das kulturelle Gedächtnis hingegen ist an Medien gebunden. Beide zusammen bilden das kollektive Gedächtnis einer Gruppe. Assmann, Aleida: Erinnerungsräume. Formen und Wandlungen des kulturellen Gedächtnisses, München³2006.

Die umfangreichste Monographie zu diesem Thema stellt die nationalökonomisch ausgerichtete Arbeit Cohns aus dem Jahr 1928 dar.⁹ Da sich diese ausschließlich auf wirtschaftliche Aspekte bezieht, war sie für die vorliegende Arbeit allerdings kaum relevant. Die ausführlichste historische Darstellung bildet das von Munch verfasste Kapitel in „Schultz’ Danmarkshistorie“ von 1927.¹⁰ Munch war nicht nur studierter Historiker, sondern amtierte von 1913–1920 auch als dänischer Verteidigungsminister. Ebenfalls von Bedeutung ist die Autobiographie von Erik Scavenius, der sowohl während des Ersten als auch während des Zweiten Weltkrieges als Außenminister fungierte.¹¹ (Da Scavenius wegen seiner Amtsführung in den Jahren 1914–1918 mitunter der Vorwurf eines allzu großen Entgegenkommens gegenüber dem Deutschen Reich gemacht wurde, ist seinen Erinnerungen allerdings ein gewisser apologetischer Charakter nicht abzusprechen.)

Nach dem Jahr 1945 überschattete das Trauma des Zweiten Weltkrieges die Erinnerung an die Jahre 1914–1918. Aufgrund der deutschen Besetzung wird dieser durchaus als Teil der dänischen Geschichte wahrgenommen. Zu wohl keinem anderen historischen Thema wurden in Dänemark so viele Abschlussarbeiten und Dissertationen, Monographien und Artikel veröffentlicht, wie zu den Einwirkungen des Zweiten Weltkrieges auf das eigene Land. Die Beschäftigung mit dem Ersten Weltkrieg verschob sich hingegen tendenziell in den Bereich der antiquarischen und anekdotischen Geschichtsschreibung.¹² Eine Ausnahme bildet allein die Geschichte der Bevölkerung des deutsch-dänischen Grenzgebietes während des Krieges.¹³ Erst der von Ahlund im Jahr 2012 herausgegebene Sammelband markiert ein zunehmendes wissenschaftliches Interesse an den Auswirkungen des Ersten Weltkrieges auf Skandinavien.¹⁴ Die umfangreichsten Gesamtdarstellungen zu Dänemark in der Zeit des Ersten Weltkrieges finden sich allerdings weiterhin in Überblicksdarstellungen. Erwähnenswert ist hier vor allem der von Christiansen geschriebene Abschnitt in der „Gyldendal og Politikens Dan-

- 9 Cohn, Einar: Danmark under den store krig. En økonomisk oversigt, Kopenhagen 1928.
- 10 Munch, P.: Under den første Verdenskrig 1914–1920, in: Ingvald, Axel; Friis, Aage und Mackeprang, M. (Hg.): Schultz Danmarkshistorie, Bd. 4, Kopenhagen 1943, S. 3–145. Da dieser Artikel die umfangreichste allgemeine historische Darstellung zum Thema des Ersten Weltkrieges in Dänemark darstellt, wird er hier – obwohl in einem Handbuch erschienen – zur Sekundärliteratur gezählt.
- 11 Scavenius, Erik: Dansk udenrigspolitik under den første verdenskrig, Kopenhagen 1959.
- 12 Die bislang einzige neuere Monographie zu Dänemark im Ersten Weltkrieg stellt eine recht populär gehaltene, jedoch keine analytische Darstellung dar. Hansen, Ole Steen: Danmark under den første verdenskrig, Holte 2000.
- 13 Die ausführlichste Publikation zu diesem Thema ist: Bundgård Christensen, Claus: Danskerne på Vestfronten 1914–1918, Kopenhagen 2009.
- 14 Ahlund, Claes (Hg.): Scandinavia in the First World War. Studies in the War Experience of the Northern Neutrals, Lund 2012.

markshistorie“ aus dem Jahr 1990.¹⁵ Einen Überblick über die dänische Außenpolitik zur Zeit des Ersten Weltkrieges bieten der dritte und vierte Band des Standardwerkes „Dansk udenrigspolitisk historie“ aus dem Jahr 2003.¹⁶ Das Referenzwerk zur Großmächtepolitik als Rahmen der Außenpolitik der skandinavischen Staaten stellt Salmons Werk von 1997 dar.¹⁷ Grundlegend für die Darstellung des deutsch-britischen Handelskrieges und dessen Einfluss auf die Geschicke Dänemarks und Schwedens ist Örviks Buch von 1953.¹⁸ Über die Beziehungen Deutschlands und Großbritanniens zu den skandinavischen Ländern während der Kriegsjahre erschienen zur Mitte der 1960er und 1970er Jahre mehrere Arbeiten.¹⁹

Als gut zeigt sich der Literaturstand zur deutschen und britischen Propaganda. Zum Aufbau und den Aktivitäten der jeweiligen Institutionen finden sich für beide Länder Monographien und Aufsätze.²⁰ Der Propaganda in den skandinavischen Ländern kommt in diesen Überblicksdarstellungen allerdings nur eine marginale Rolle zu. Während die deutsche Auslandspropaganda in Dänemark in einigen Arbeiten thematisiert wird, ist die britische Propaganda in den skandinavischen Ländern bislang weitgehend unbearbeitet geblieben.²¹ Daher basiert die vorliegende Arbeit hauptsächlich auf Archivmaterial.

- 15 Christiansen, Niels Finn: *Klassesamfundet organiseres 1900–1925*, Kopenhagen 1990. (=Olsen, Olaf (Hg.): *Gyldendal og Politikens Danmarkshistorie*, Bd. 12).
- 16 Bjørn, Claus und Nielsen, Carsten Due: *Fra helstat til nationalstat (1814–1914)*, Kopenhagen 2003. (=Feldbæk, Ole; Nielsen, Carsten Due und Petersen, Nikolaj (Hg.): *Dansk udenrigspolitisk historie*, Bd. 3). Lidegaard, Bo: *Overleveren 1914–45*, Kopenhagen 2003. (=Feldbæk, Ole; Nielsen, Carsten Due und Petersen, Nikolaj (Hg.): *Dansk udenrigspolitisk historie*, Bd. 4).
- 17 Salmon, Patrick: *Scandinavia and the Great Powers 1890–1940*, Cambridge u. a. 1997.
- 18 Örvik, Nils: *The Decline of Neutrality 1914–41*, Oslo 1953.
- 19 Carlgren, W. M.: *Neutralität oder Allianz. Deutschlands Beziehungen zu Schweden in den Anfangsjahren des Ersten Weltkrieges*, Uppsala 1962. Dobers, Ulf: *Die deutsch-dänischen Beziehungen im Spätsommer 1914*, Diss. Hamburg 1972. Kaarsted, Taage: *Great Britain and Denmark 1914–1920*, Odense 1979. Krieger, Volkert: *Deutsch-dänische Beziehungen 1901–1914*, Diss. Bonn 1974.
- 20 Beispielsweise: Sanders, M. L. und Taylor, Philip M.: *Britische Propaganda im Ersten Weltkrieg 1914–1918*, Berlin (W.) 1990. Wilke, Jürgen: *Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg. Die Zentralstelle für Auslandsdienst*, in: Ders. (Hg.): *Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg*, Köln u. a. 1997, S. 79–126.
- 21 Zu nennen sind hier vor allem die Aufsätze Grupps, Pandrup Jørgensens und Düring Jørgensens. Grupp, Peter: *Voraussetzungen und Praxis amtlicher deutscher Kulturpropaganda in den neutralen Staaten während des Ersten Weltkrieges*, in: Michalka, Jürgen (Hg.): *Der Erste Weltkrieg. Wirkung, Wahrnehmung, Analyse*, München und Zürich 1994, S. 799–824. Jørgensen, Anne Pandrup: *Den danske presse under første verdenskrig med særlig henblik til tyskland*, Kopenhagen 1973. Jørgensen, Jesper Düring: *Tyske forsøg på kulturpropaganda. Danmark under Verdenskrigen*, in: *Fund og Forskning* 26 (1982–83), S. 126–151.

Grundlegend für das Thema der deutschen Pressepropaganda sind die Untersuchungen Koszyks.²² Vor allem hinsichtlich der Meinungslenkung im eigenen Land und Zensurfragen erhellten die Arbeiten von Creutz und Deist das Bild weiter.²³ Die deutsche Pressepropaganda in Dänemark wurde von Jørgensen detailliert untersucht.²⁴ Zur britischen Pressepropaganda sind vor allem die Arbeiten von Sanders und Taylor sowie Marquis ergiebig.²⁵ Zum Thema der Pressepropaganda kann diese Arbeit neue Erkenntnisse vor allem zur britischen Pressepropaganda in Dänemark, zum Bemühen um die Beeinflussung der Kommunikationswege nach Skandinavien sowie der skandinavischen Zusammenarbeit im Bereich der Pressezensur und Gegenpropaganda bieten.

Zur englischsprachigen Literaturpropaganda legte Buitenhuis eine Monographie vor, die sich mit Hastes Arbeit zur britischen Inlandspropaganda ergänzt.²⁶ Der deutschen Literaturpropaganda wurde bislang fast gar keine Beachtung geschenkt, auch wenn die entsprechenden Werke eine Gesamtauflage von mehreren Millionen Exemplaren erreichten.²⁷ Die Literaturpropaganda in Dänemark und den anderen skandinavischen Ländern während des Ersten Weltkrieges stellte bisher ein Desideratum dar und wird im Rahmen dieser Arbeit erstmals untersucht.

Gesamtdarstellungen zur deutschen oder britischen Bildpropaganda finden sich bisher nicht. Für die Fotografie des Ersten Weltkrieges sind an deutschsprachiger Literatur vor allem die Aufsätze von Dewitz und Hüppauf relevant.²⁸ Zur Kriegsfotografie

- 22 Koszyk, Kurt: Deutsche Presse im 19. Jahrhundert. Geschichte der deutschen Presse, Teil II, Berlin (W.) 1966. Ders.: Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg, Düsseldorf 1968.
- 23 Creutz, Martin: Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Weltkrieges, Frankfurt a. M. 1996. Deist, Wilhelm: Zensur und Propaganda während des Ersten Weltkrieges, in: Ders.: Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, München 1991, S. 153–163.
- 24 Jørgensen 1973.
- 25 Marquis, Alice Goldfarb: Words as Weapons. Propaganda in Britain and Germany during the First World War, in: Journal of Contemporary History, Vol. 13/3 (1978), S. 467–498. Sanders u. Taylor 1990.
- 26 Buitenhuis, Peter: The Great War of Words. British, American and Canadian Propaganda and Fiction 1914–1933, Vancouver 1987. Haste, Cate: Keep the Homefires Burning. Propaganda in the First World War, Worcester and London 1977.
- 27 Eine Ausnahme bilden: Müssener, Helmut (Hg.): Deutschsprachige Kriegs- und Antikriegsliteratur in Deutschland und Schweden 1914–1939, Stockholm 1987. (Die dort abgedruckten Bücherlisten weisen teilweise allerdings Lücken sowie einige Rechtschreibfehler in den Autorennamen auf.) Sowie: Schneider, Thomas und Wagener, Hans (Hg.): Von Richtofen bis Remarque. Deutschsprachige Prosa zum Ersten Weltkrieg, Amsterdam und New York 2003.
- 28 Dewitz, Bodo von: „Ich begreife nicht, wo die Fotografen bleiben!“ Zur Photographie von Kriegen im 19. Jahrhundert, in: Ders. und Scotti, Roland (Hg.): Alles Wahrheit! Alles Lüge! Photographie und Wirklichkeit im 19. Jahrhundert. Die Sammlung Robert Lebeck, Dresden 1996, S. 211–233. Ders.: So wird bei uns der Krieg geführt! Amateurfotografie im Ersten Weltkrieg, München 1989. Ders.: Zur Geschichte der Kriegsfotographie des Ersten Weltkrieges, in: Rother, Rainer (Hg.): Die letzten Tage der Menschheit. Bilder des

in England und Frankreich wurden vor allem die Aufsätze Carmichaels und Sayags in dem von Rother herausgegebenen Katalog zu einer Weltkriegsausstellung in Berlin genutzt.²⁹ Die Bildpropaganda in Dänemark wird im Rahmen dieser Arbeit erstmals ausführlicher untersucht.³⁰ Auch ein Vergleich der deutschen und britischen Bildpropaganda, wie er in dieser Arbeit vorgenommen wurde, fand sich bisher nicht.

Eine gute Literaturlage besteht zur Filmpropaganda. Die britische Filmpropaganda wurde vor allem von Reeves untersucht.³¹ Die bereits erwähnte Arbeit von Haste gibt Aufschluss über die Rolle von Filmen bei der Mobilisierung der eigenen Bevölkerung. Ein Aufsatz von Badsey analysiert Entstehung und Wirkung des einflussreichsten britischen Propagandafilmes „The Battle of the Somme“.³² Zum Thema der deutschen Filmpropaganda finden sich mit den Arbeiten Barkhausens, Mühl-Benninghausens und Oppelts gleich mehrere Monographien.³³

Die Kulturpropaganda stellte einen eher marginalen Aspekt der deutschen wie britischen Propagandatätigkeit in Dänemark dar. Entsprechend wenig Literatur findet sich zu diesem Thema. Eine Ausnahme bildet Grupps Aufsatz, der allerdings den Begriff der Kulturpropaganda recht weit fasst.³⁴ Zur Gesellschaftspropaganda finden sich bisher keine Arbeiten – allerdings handelt es sich hierbei auch nur um einen marginalen Teilbereich der Propaganda.

Angeichts der Tatsache, dass bislang kaum Arbeiten zur Propaganda in Dänemark während des Ersten Weltkriegs existieren, soll mit der vorliegenden Arbeit eine bestehende Forschungslücke geschlossen werden. Da der Erste Weltkrieg und seine Auswirkungen auf die skandinavischen Länder ein generell wenig beachtetes Thema der Geschichtswissenschaft darstellen, möchte die Arbeit außerdem dazu beitragen, dieses bislang vernachlässigte Kapitel der europäischen, skandinavischen und dänischen Geschichte weiter zu erhellen.

Ersten Weltkrieges, S. 163–176. Hüppauf, Bernd: Kriegsphotografie, in: Michalka, Wolfgang (Hg.): Der Erste Weltkrieg, S. 875–909. Ders.: Modern Warfare and its Representation in Photography and Film, in: Krieg und Literatur/War and Literature 4, o. O. 1992, S. 63–84.

29 Carmichael, Jane: Die Entwicklung der britischen Propaganda während des Ersten Weltkriegs, in: Rother, Rainer (Hg.): Die letzten Tage der Menschheit, S. 177–186. Sayag, Alain: „Wir sagten Adieu einer ganzen Epoche“ (Apollinaire). Französische Kriegsphotographie, in: Rother, Rainer (Hg.): Die letzten Tage der Menschheit, S. 187–196.

30 Der Aufsatz von Lehmann aus dem Jahr 2012 gibt einen guten Einblick in dieses Thema, basiert jedoch auf einer deutlich schmaleren Quellenbasis und besitzt eher Überblickscharakter.

31 Reeves, Nicholas: Official British Film Propaganda during the First World War, o. O. 1986.

32 Badsey, S. D.: Battle of the Somme. British war-propaganda, in: Historical Journal of Film, Radio and Television, Vol. 3, No. 2 (1983), S. 99–115.

33 Barkhausen, Hans: Filmpropaganda für Deutschland im Ersten und Zweiten Weltkrieg, Hildesheim u. a. 1982. Mühl-Benninghaus, Wolfgang: Vom Augusterlebnis zur UFA-Gründung. Der deutsche Film im 1. Weltkrieg, Berlin 2004. Oppelt, Ulrike: Film und Propaganda im Ersten Weltkrieg. Propaganda als Medienrealität im Aktualitäten- und Dokumentarfilm, Stuttgart 2002.

34 Grupp 1994.

1.4 Quellenlage

Da die Forschung sich bislang nur eingeschränkt mit den Auswirkungen des Ersten Weltkrieges auf Dänemark sowie der dortigen Propaganda der kriegführenden Länder beschäftigt hat, basiert die vorliegende Arbeit zu einem großen Teil auf der Untersuchung von Quellenmaterial.

Von besonderer Bedeutung sind dabei Akten aus dem Bundesarchiv und dem Politischen Archiv des Auswärtigen Amtes in Deutschland, den *National Archives* in Großbritannien sowie dem *Rigsarkivet* in Dänemark.

Die deutschen und britischen Akten ermöglichen es, die Arbeit der für die Auslandspropaganda relevanten Institutionen nachzuvollziehen. Auf deutscher Seite kam dabei der beim Auswärtigen Amt angesiedelten „Zentralstelle für Auslandsdienst“ (ZfA) besondere Bedeutung zu, deren Aktennachlass im Bundesarchiv verwaltet wird. An diese Stelle war seit 1916 auch ein Verbindungsbüro zur Obersten Heeresleitung (OHL) angegliedert. Dieses Verbindungsbüro stellte die Schnittstelle zwischen amtlicher und militärischer Auslandspropaganda dar. Es sollte der OHL Einfluss auf die Auslandspropaganda sichern und zugleich eine stärkere Verwendung von militärischem Propagandamaterial im Ausland befördern. Die verwendeten Akten erlauben daher nicht nur eine Rekonstruktion der amtlichen, sondern auch der militärischen Auslandspropaganda und beleuchten zudem die Rivalität zwischen Auswärtigem Amt und Oberster Heeresleitung in Fragen der Propaganda.

Die Akten aus den *National Archives* gaben Auskunft über die Arbeit des *Wellington House* als der zentralen britischen Propagandainstitution. Generell ist die Aktenlage auf deutscher Seite besser als diejenige auf britischer, da dort nach Kriegsende mehrere Tonnen relevanter Akten vernichtet wurden. Allerdings lassen die deutschen Akten mitunter Rückschlüsse auf propagandistische Maßnahmen Großbritanniens zu, die sich allein aus den britischen Akten nicht mehr rekonstruieren lassen.

Akten aus dem Politischen Archiv des Auswärtigen Amtes und den *National Archives* ermöglichen die Rekonstruktion der diplomatischen Korrespondenz zu Fragen der Propaganda sowie der außenpolitischen Beziehungen zu Dänemark.

Die dänische Perspektive wird aus dem im *Rigsarkivet* verwahrten Aktenbestand des dänischen Außenministeriums deutlich. Dieser Bestand erlaubt es, die dänische Einschätzung der diplomatischen und propagandistischen Aktivitäten Deutschlands und Großbritanniens nachzuvollziehen. Dabei wird auch deutlich, dass man in Dänemark die im Kriegsverlauf zu beobachtende Ausweitung und Intensivierung der Propaganda zunehmend als Einmischung in die inneren Angelegenheiten betrachtete und eine skandinavische Zusammenarbeit zur Eindämmung der deutschen und britischen Bemühungen initiierte.

Da die vorliegende Untersuchung grundsätzlich geschichtswissenschaftlich ausgerichtet ist, sucht sie die Entwicklung der Propaganda in Dänemark nicht aus abstrakten historischen oder politischen Kräften, sondern vielmehr aus dem Zusammenspiel der Interessen und Handlungen bestimmter Institutionen und Individuen zu erklären. Damit nimmt sie eine tendenziell akteurszentrierte Perspektive ein. Entsprechend basiert

die Untersuchung auf den Aktennachlässen der für die Ausgestaltung der Propaganda relevanten Institutionen und Personen. Auch wenn sich auf diese Weise Intention und Ausrichtung der Propaganda erklären lassen, so müssen zu einer Untersuchung ihrer Ausgestaltung und Wirkung weitere Quellen herangezogen werden. Schließlich ist Propaganda an bestimmte Medien gebunden und zielte im hier untersuchten Fall auf die Beeinflussung des dänischen Mediensystems ab. Daher wurden für die Untersuchung einzelner propagandistischer Medien neben den erwähnten archivalischen Quellen auch Medienerzeugnisse aus der Zeit des Ersten Weltkrieges als weitere Quellen herangezogen. Dieser Abgleich der archivalischen Quellen mit Medienerzeugnissen erlaubt nicht nur einen genaueren Blick auf die Ausgestaltung, sondern auch auf die Wirkung der deutschen und britischen Propaganda in Dänemark.

Bei der Untersuchung der Literaturpropaganda wurden hierzu Erzeugnisse der deutschen und britischen Literaturpropaganda herangezogen. Dabei wurden zum einen die in Deutschland und Großbritannien veröffentlichten Propagandaschriften mit den in Dänemark und anderen skandinavischen Ländern erschienenen propagandistischen Publikationen abgeglichen, um einen Überblick über die dortige Literaturpropaganda gewinnen zu können. Zum anderen wurden diese Schriften entsprechend ihrer Form und ihres Inhalts untersucht. Diese Grundlagenarbeit war unabdingbar, da sich bislang keine eingehende Untersuchung zur Literaturpropaganda in Dänemark findet. Hier füllt die Arbeit eine bestehende Forschungslücke. Für den Abschnitt zum dänischen literarischen Diskurs über den Krieg sowie dessen Beeinflussung durch die Propaganda wurden Werke dänischer Autoren als Quellen genutzt und auf die bestehende Forschungsliteratur zurückgegriffen.

Als Quellen für die Kapitel zur Pressepropaganda wurden vor allem deutsche und britische Archivmaterialien herangezogen. Dies liegt darin begründet, dass in dieser Arbeit das gesamte Mediensystem der Presse – von der Nachrichtenübermittlung durch Nachrichtenagenturen über die Herstellung von Druckpapier bis hin zur Beeinflussung einzelner Journalisten und die Nachrichtenvermittlung auf den Seiten der Tageszeitungen – untersucht wird. Als Beispiele für die Auswirkungen der Propaganda auf die Berichterstattung über den Krieg in den dänischen Tageszeitungen werden immer wieder mit „Berlingske Tidende“ und „Politiken“ die beiden zur Zeit des Ersten Weltkrieges auflagenstärksten dänischen Tageszeitungen herangezogen. Während die linksliberal ausgerichtete „Politiken“ dabei der Regierung nahe stand, vertrat die konservative „Berlingske Tidende“ eher den Standpunkt der parlamentarischen Opposition. Eine quantitative und systematische Untersuchung der gesamten Berichterstattung in der einen oder anderen Zeitung hätte den Rahmen dieser Arbeit gesprengt, in deren Fokus zudem primär die Propaganda und nicht die Darstellung des Krieges in den Tageszeitungen steht. Zudem existiert mit der Arbeit Jørgensens bereits eine Untersuchung der deutschen Pressepropaganda in Dänemark.³⁵

35 Jørgensen 1973.

Das Kapitel zur Bildpropaganda basiert ebenfalls primär auf Akten aus deutschen und britischen Archiven. Auch hier ist die Quellenlage durchaus zufriedenstellend. Einschränkungen zeigen sich jedoch hinsichtlich des grenzüberschreitenden Bildhandels. Dieser gehörte zum Tagesgeschäft der Zeitungen und Zeitschriften und hat entsprechend kaum oder keinen Niederschlag in den Archiven der Verlagshäuser gefunden. (Zumindest brachten Nachfragen bei den dänischen Tageszeitungen „Politiken“ und „Berlingske Tidende“ keine Ergebnisse.) Und während Textnachrichten über die auch heute noch existierenden Presseagenturen verbreitet wurden, so geschah dies im Bereich des Bildhandels durch eine Vielzahl kleinerer Agenturen und Filmverleihe, die längst nicht mehr existieren. Zwar konnten die Akten der deutschen und britischen Akten über die Grundzüge des Bildhandels und dem Bemühen um dessen propagandistische Beeinflussung Aufschluss geben, der Bildhandel jedoch nicht im Detail nachvollzogen werden. Hier besteht weiterhin eine Forschungslücke, die vielleicht im Rahmen einer genau auf dieses Thema zugeschnittenen Arbeit geschlossen werden kann. Im Rahmen dieser Arbeit stellt der grenzüberschreitende Bilderhandel jedoch nur einen Nebenaspekt dar. Eine generelle Einschränkung in den Aussagemöglichkeiten von Schriftquellen zum Thema Bildpropaganda besteht jedoch darin, dass Aktenschriftstücke nur begrenzt über Bilder – die Informationen ja primär auf visuelle Weise vermitteln – Auskunft geben können. Daher wurde eine systematische quantitativ-qualitative Analyse sämtlicher in den Jahren des Krieges in „Politiken“ publizierte Pressebilder vorgenommen.³⁶ Bei „Politiken“ handelte es sich um die während des Krieges auflagenstärkste dänische Tageszeitung, die zum einen bereits recht frühzeitig Fotografien auf ihren Seiten reproduzierte und zum anderen wegen ihrer Regierungsnähe in besonderem Maße einer möglichst neutralen Berichterstattung verpflichtet war.³⁷ Die Ergebnisse der Untersuchung finden sich in Form einer Tabelle im Anhang der Arbeit.³⁸ Auf diese Weise konnte rekonstruiert werden, welche Bilder die Dänen vom Krieg vermittelt bekamen, wie sich diese Bilder über die vier Jahre des Krieges änderten und inwieweit die Propaganda den dänischen Blick auf den Krieg beeinflussen konnte.

Das Kapitel zur Filmpropaganda basiert ebenfalls vorwiegend auf Archivmaterialien aus deutschen und britischen Quellen. Für dieses Kapitel wurden die wichtigsten in dieser Arbeit besprochenen Filme gesichtet, jedoch keiner ausführlichen systema-

36 Die Untersuchung war Bestandteil meiner im Jahr 2005 an der Universität Hamburg vorgelegten Magisterarbeit mit dem Titel „Die Bildberichterstattung über den Ersten Weltkrieg in der dänischen Tageszeitung ‚Politiken‘“.

37 Methodologisch knüpft diese Untersuchung an eine vergleichende Arbeit Eisermanns zur Darstellung des Ersten Weltkrieges in deutschen und französischen Zeitungen an. Eisermann, Thilo: Pressefotografie und Informationskontrolle im Ersten Weltkrieg. Deutschland und Frankreich im Vergleich. Hamburg, 2000.

38 Die Ergebnisse decken sich weitgehend mit jenen Lehmanns, dessen im Jahr 2012 erschiener Aufsatz ebenfalls auf einer quantitativen Untersuchung von in „Politiken“ reproduzierten Pressebildern des Krieges basiert. Allerdings untersuchte Lehmann dabei nur Stichproben mit einem vereinfachten Motivvaster und nicht sämtliche im Kriegszeitraum erschienenen Bilder. Vgl. Lehmann 2012.

tischen Untersuchung unterzogen, da dies bereits im Rahmen anderer Arbeiten vorgenommen wurde.³⁹

Das Kapitel zur Kulturpropaganda basiert ebenfalls vorwiegend auf Archivmaterialien aus deutschen und britischen Quellen. Nicht zuletzt aufgrund der Flüchtigkeit der propagandistischen Erzeugnisse dieses Bereichs (z. B. Konzerte, Vorträge, Ausstellungen) fanden sich abseits der Akten keine weiteren Quellen zu diesem Thema, jedoch wurden teilweise in Zeitungen erschienene Berichte über diese Veranstaltungen herangezogen.

1.5 Aufbau der Arbeit

In ihrer Grundstruktur gliedert sich die Arbeit in zwei große Abschnitte. Die auf die Einleitung folgenden vier Kapitel untersuchen den Produktions- und Rezeptionsrahmen der Propaganda. Die anschließenden fünf Kapitel analysieren die Propaganda anhand einzelner Medien genauer. Ein abschließendes Kapitel fasst die Ergebnisse zusammen.

Das auf diese Einleitung folgende Kapitel schildert die Verflechtung Dänemarks in den Ersten Weltkrieg sowie die Auswirkungen des Krieges auf das Leben der dänischen Bevölkerung. Für die Untersuchung der Propaganda ist dabei das außenpolitische Verhältnis zu Deutschland und Großbritannien von besonderem Interesse. Die dänische Neutralität war zu einem großen Teil durch das Austarieren der Interessen und Forderungen der beiden großen Nachbarländer geprägt. Trotz des teilweise starken Drucks, den die beiden Großmächte auf ihr kleines Nachbarland ausübten, hatten sie an einer Aufrechterhaltung der dänischen Neutralität ein grundsätzliches strategisches und wirtschaftliches Interesse.

Das dritte Kapitel legt dar, weshalb Deutschland und Großbritannien dennoch solche enormen propagandistischen Anstrengungen in Dänemark und den anderen skandinavischen Ländern unternahmen.

Das vierte Kapitel analysiert die öffentliche Meinung in Dänemark vor und während des Krieges, da diese für die Rezeption der Propaganda von entscheidender Bedeutung war. Ausblicke nach Schweden und Norwegen ermöglichen einen Vergleich mit anderen skandinavischen Ländern.

Das fünfte Kapitel untersucht die Institutionen, Strategien und Inhalte der deutschen und britischen Propaganda. Besondere Beachtung erfährt dabei das Verhältnis von Inlands- und Auslandspropaganda. Tatsächlich wurden viele der im Ausland verwendeten Materialien und Strategien eigentlich für die Verwendung im eigenen Land entwickelt. Wenn diese Materialien auch in Deutschland oder Großbritannien funktionieren mochten, so erzielten sie in Dänemark (ebenso wie in Schweden und Norwegen) nicht unbedingt die erhofften, ja manchmal sogar gegenteilige Effekte.

39 Vgl. die Arbeiten von Badsey, Barkhausen, Oppelt und Reeves.

Das sechste Kapitel widmet sich der Pressepropaganda. Zeitungen stellten während des Ersten Weltkrieges das Leitmedium der Berichterstattung dar. Sie galten als bedeutendste Faktoren in der Ausgestaltung öffentlicher Meinung. Deutlicher noch als andere Medien war die Pressepropaganda durch die spezielle Kommunikationssituation während des Krieges geprägt. Trotz der Abschottung nationaler Kommunikationsräume intensivierte sich die Berichterstattung über das Ausland und damit die grenzüberschreitende Nachrichtenkommunikation. Daher wird zunächst das Bemühen Deutschlands und Großbritanniens um die Beeinflussung der Kommunikationswege nach Dänemark untersucht. Diese waren eng mit jenen nach Schweden und Norwegen verbunden, so dass hier Skandinavien als Kommunikationsraum in den Blick genommen wird.

Anschließend wird der dänische Kommunikationsraum bzw. die dänische Presselandschaft genauer betrachtet. Deutschland wie Großbritannien wandten vielfältige Mittel zur Beeinflussung der dänischen Zeitungen an, die von deren Ankauf und Neugründungen über die Bestechung von Mitarbeitern bis hin zur Lieferung von Druckpapier reichten.

Ebenfalls auf dem gedruckten Wort basierte die im siebten Kapitel behandelte Literaturpropaganda. Hier wird zwischen Broschüren- und Buchpropaganda unterschieden. Diese Unterscheidung wurde aufgrund des unterschiedlichen kommunikativen und medialen Charakters dieser beiden Medien vorgenommen. Broschüren wurden meist einmalig in größeren Stückzahlen gedruckt und kostenfrei oder zu einem geringen Preis abgegeben. Inhaltlich bezogen sie sich vorwiegend auf aktuelle Themen der Medienagenda und hatten dabei nicht selten einen appellativen oder emotionalisierenden Charakter. Die Buchpropaganda hingegen zielte auf die Beeinflussung der regulären Buchmärkte. Inhaltlich reichte die Buchpropaganda von argumentativen Schriften bis hin zu Novellen und Romanen. Im Gegensatz zur Broschürenpropaganda bezog sich die Buchpropaganda meist eher auf übergreifende Diskurse als auf tagesaktuelle Debatten. Innerhalb dieses Kapitels werden zunächst Produktion und Vertrieb der Broschüren- und Buchpropaganda untersucht, um anschließend deren Inhalte und Argumente genauer zu analysieren.

Nach diesen zwei die Schriftmedien thematisierenden Kapiteln widmen sich die folgenden beiden Kapitel den Bildmedien Fotografie und Film.

Das achte Kapitel untersucht die Bildpropaganda, genauer gesagt die Propaganda mit reproduzierten Fotografien, da diese den überwiegenden und wirkungsvollsten Teil der Bildpropaganda ausmachten.⁴⁰ Die Fotografien wurden in Schaufenstern ausgehängt, als Lichtbilder vorgeführt sowie in Zeitungen und Zeitschriften reproduziert. Zudem veröffentlichten die deutsche sowie die britische Seite eigene Bildpublikationen und veranstalteten Ausstellungen mit Fotografien, um die eigene Sicht auf den Krieg im Ausland zu vermitteln. Besondere Aufmerksamkeit wird in dieser Arbeit den

40 Andere Bildmedien wie Sammelbilder, Kalender, Gemälde oder Graphiken spielten in der Auslandspropaganda in Dänemark, Schweden und Norwegen fast keine Rolle und wurden in den deutschen sowie britischen Akten nicht einmal erwähnt. Ausnahmen bildeten vereinzelte Kunstausstellungen. Diese werden im Kapitel zur Kulturpropaganda behandelt.

in Zeitungen reproduzierten Fotografien zugemessen. Zum einen wurden sie von den meisten Augen gesehen, zum anderen lässt sich anhand ihrer der dänische Blick auf den Krieg rekonstruieren.

Das neunte Kapitel behandelt mit der Filmpropaganda die bewegten Bilder. Der Film stellte zu Zeiten des Krieges ein neues und noch in der Entwicklung befindliches Medium dar. Daher unterschieden sich propagandistische Filme aus dem Jahr 1918 in Länge und Machart deutlich von jenen aus der Zeit des Kriegsbeginns. Im Rahmen dieses Kapitels werden sowohl die Entwicklung und Inhalte der Filmpropaganda als auch die Bemühungen zur propagandistischen Beeinflussung der dänischen Filmwirtschaft untersucht. Denn letztlich waren es wirtschaftliche Aspekte, welche die propagandistische „Filmschlacht“ um Dänemark entschieden.

Das zehnte Kapitel untersucht mit der Kultur- und Gesellschaftspropaganda das Bemühen Deutschlands und Großbritanniens, öffentliche Meinung und Stimmung in Dänemark nicht allein massenmedial, sondern auch über das „Medium Mensch“ zu beeinflussen. Tagesaktuelle Themen standen dabei weniger im Vordergrund. Die Kulturpropaganda suchte vielmehr, durch kulturelle Aktivitäten das Ansehen des eigenen Landes im Ausland zu heben. Bedeutung kam ihr auch deshalb zu, da sie mit einem der zentralen propagandistischen Kampfbegriffe des Ersten Weltkrieges – nämlich dem der „Kultur“ – verknüpft war. Die Gesellschaftspropaganda zielte auf eine Beeinflussung der gehobenen Gesellschaft durch Aktivitäten wie das Veranstalten von Basaren oder Empfängen.

Das elfte Kapitel fasst abschließend die Teilergebnisse der einzelnen Kapitel zusammen und diskutiert dabei die Frage nach der Wirksamkeit der deutschen und britischen Propaganda in Dänemark.