

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: Kamingsgespräche 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: Kriegsromanen (1916–1917)	165
7.3.6 Britische Kriegsromanen: 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