



Staats- und
Universitätsbibliothek
Bremen

Staats- und Universitätsbibliothek Bremen

DFG Projekt Die Grenzboten

Die Grenzboten

Berlin u.a., 1841 - 1922

Miethe, Kaethe: Die Auslandspropaganda Englands

urn:nbn:de:gbv:46:1-908

Um den verjauchten Staat zu drainieren, wird es nicht genügen, die politische Atmosphäre von all den Gestalten zu reinigen, die nur zu Objekten der Staatsgewalt geboren sind, nie dessen Subjekte hätten werden dürfen. Die Meute des Verbrechertums, die die Revolution durch ihre juristischen Amnestien und die tatsächliche Amnestie staatlicher Anarchisierung von der Kette gelassen hat, muß mit eiserner Faust wieder eingefangen werden. Das Beamtentum muß gesäubert und wieder ehrlich gemacht werden. Der Bucher muß durch wirtschaftliche Maßregeln geschäftlich ruiniert werden. Der Staat muß wieder so eingerichtet werden, daß der Ehrliche leichter vorwärts kommt als der Schieber, daß der Faulenzer hungert und der Arbeitende nicht für Sparsamkeit und Fleiß vom Staat in Geldstrafe genommen wird.

Über die außerpolitische Aufgabe des deutschen Diktators soll hinweggegangen werden. Neben dem rein politischen bieten sich ihm zahllose lockende Ziele, — Ziele, wie sie schöner kein Herrscher haben kann, der ein glückliches mächtiges Reich von seinen Vorfahren erbt. Wenn die Strecke Berlin—München von dem schnellsten, pünktlichsten und saubersten Zuge Europas zurückgelegt wird, wenn deutsche Weltanschauung das Verhältnis der Völker, deutscher Erfindungsgeist das Wirtschaftsleben machtvoll umgestalten, wenn die deutsche Wissenschaft mit ihrem Schaffen die Welt erobert, wird auch das Kostbarste wieder uns geschenkt werden: das nationale Selbstgefühl, die Lust an der Arbeit, die Fähigkeit gerecht, zufrieden und froh zu sein.

Ein Mann kann ein Volk nicht umgestalten, wenn seine Zeit nicht gekommen ist. Er wäre ein Tor, wenn er vor dem 18. Brumaire, in das Chaos hineinstolpern wollte, in dem noch Licht mit der Dunkelheit ringt. Er wäre kein Diktator, wenn er seinen 9. November versäumte. Er wäre nicht der Diktator von Deutschen, wenn sein Erscheinen nicht mit einem Jubel begrüßt würde, mit dem nie noch ein hungerndes, dürstendes Volk sich seinem Retter mit Herz und Hand ergeben hat.

Das Leben liebt wunderbares Spiel mit den Menschen. Eine wesentliche Voraussetzung für das Auftreten eines Deutschen von Größe und Kraft werden feindliches Ausland, Sozialisten und Überdemokraten geschaffen haben, die den gestürzten Kaiser haßvoll wie Langgetäuschte demütigen und mit Hüfen treten.

Die Auslandspropaganda Englands

Von Kaethe Miethé



in Gesamtbild der englischen Propaganda ist nur zusammenzustellen aus tausend kleinen Steinen, die täglich wechseln, zu denen täglich neue kommen, von denen alte fortfallen, so daß sich das Bild wie ein Kaleidoskop immer wieder andersfarbig und neu gestaltet darbietet. Gleich bleibt nur der Eindruck einer auf Tradition und sicheren Instinkten fußenden Wirksamkeit, die nicht als ein selbständiger Faktor gilt, die mit dem Charakter des Landes und dem Willen eines ganzen Volkes steht und fällt. Die englische Propaganda ist ein lebender Organismus, kind

des Tages, gewachsen auf dem breiten üppigen Boden eines selbstbewußten und selbstherrlichen Volkes; nicht auszurotten und nicht nachzuahmen, ein großer Faktor in Englands Politik, den man nicht gering achten darf, wie wir es taten, ehe wir ihrer Erfolge bewußt wurden, und sie uns Vorbild wurde.

Während der Kriegsjahre haben unzählige Berichte aus dem Auslande über die Propaganda der Entente die Heimatbehörden überschwemmt. Die Gesandtschaften mit ihren vielen Spezialstellen, einzelne Privatpersonen, die eine Auslandsreise machten und alle von neuem die Auslandspropaganda der Entente entdeckten, schrieben und berichteten unermüdlich nach Hause von dem, was die anderen im Ausland taten. Sie alle ergriff von Zeit zu Zeit ein entsetzliches Gefühl der Ohnmacht und Wut, daß das Ausland immer nur von den anderen Völkern erfuhrt und erfüllt war, daß Deutschlands Stimme kein Echo in den Nachbarländern fand, und sie forderten immer dringlicher eine machtvolle deutsche Propaganda. Der Heimat ist diese Verzweiflung auch nicht erspart geblieben, wenn alles, was mit bestem Willen erdacht wurde, wie Tropfen im Sande verrann und Anerkennung und Erfolg der deutschen Propagandaarbeit im Ausland so oft ausblieben.

Auf alle Deutschen, die das Ausland bereisen, macht die Betriebsamkeit der englischen Propaganda den stärksten Eindruck. Sie fließt wie ein Strom und überschwemmt die fremden Länder mit Massenprodukten. Sie trat während des Krieges die Kleinarbeit und die Feinarbeit an den Verbündeten Frankreich ab. Ihr entstammt das Schlagwort, das die Gedanken zu töten erdacht wird, und die Knechtung des selbstständigen Urteils durch Einhämmern einer leicht faßlichen Idee bis zum Stumpfsinn. So wie Hirn und Auge schließlich müde werden gegen die Aufdringlichkeit eines Reklameplakats und eines Sages, die ihnen auf Schritt und Tritt, in Bahnen und auf Lichtreklamen, aufgezwungen werden, und zuletzt willenlos um solche Worte und Bilder kreisen, so sind auch die Völker in ihrer Gesamtheit willig zu machen einem Glauben, der nicht in ihnen gewachsen ist, wenn nur die Worte, die ihn verkünden, nicht aus ihrem Gedächtnis weichen.

Die englische Propaganda stellt vor allem das Flugblatt in ihren Dienst, das illustrierte Blatt und die Broschüre. Kürze, Einfachheit, bewußte Primitivität und Berufung auf gröbere Instinkte sind ihre Grundlage. Das Publikum, zu dem sie spricht, ist die Masse des Volks in allen Ländern, und der breite Weg zu ihr ist die Presse.

Als der Krieg ausbrach, waren in fast aller Herren Länder weitverbreitete Zeitungen in englischem Besitz oder gänzlich unter englischem Einfluß, wie beispielsweise in Holland „De Telegraaf“. Wenn diese Zeitung auch einem ruhig denkenden Leser nicht viel zu bieten hat, wird sie sich doch durch ihren ungewöhnlich schnellen Nachrichtendienst immer eine hervorragende Stellung in der hochstehenden holländischen Presse sichern. Sie ist natürlich mit allen Berichten aus England am besten ausgestattet. Das Interesse der holländischen Handelswelt an englischen Verhältnissen wurde am ersten durch den „Telegraaf“ befriedigt. Von vielleicht noch weitertragendem Einfluß auf die Bevölkerung Hollands ist aber ein billiger Abklatsch des „Telegraaf“, „De Courant“, der ebenfalls in Amsterdam erscheint und den die kleinen Ladenbesitzer, die Wagenverkäufer und die Arbeiter abends auf den Straßen im Volksviertel in Amsterdam lesen. Aber

damit hat sich die englische Pressepropaganda in Holland noch lange nicht Genüge getan. Eine verbreitete Zeitung ist nur der Anfang, eine gute Grundlage für jede Beeinflussung. Der englische Propagandadienst ist auch in den Besitz vieler ausländischer illustrierter Familienblätter gelangt.

Propaganda auf dem Wege der Presse ist wie ein schleichendes Gift in der täglichen Nahrung, an dessen Gebrauch sich der Körper immer mehr gewöhnt, ohne das Anormale seines Zustandes zu empfinden.

Der englischen Propaganda sind durch die Beherrschung der Presse alle Wege geebnet, alle Türen geöffnet: vor allem durch den Einfluß des Reuterschen Nachrichtendienstes. Die Propagandamöglichkeiten durch Reuter sind so umfassend, daß eigentlich jede Würdigung der englischen Propaganda den Reuterdienst zur Grundlage nehmen müßte. In den Kriegsjahren aber ist das Verhältnis Reuters zu dem führenden deutschen Nachrichtenbureau Wolff und seine Weltherrschaft bei uns so oft zur Sprache gebracht worden, daß es hier zu gunsten der weniger bekannten englischen Propagandawege etwas zurücktreten kann.

Das halbamtliche englische Depeschensbureau Reuters Telegramm Company Ltd. monopolisiert eigentlich den Nachrichtendienst der Welt. Während der Kriegsjahre nahmen die Reutertelegramme in der neutralen Presse den weitaus größten Raum ein. Reuter sandte als erste Telegraphenagentur eigene Berichterstatter in die Hauptquartiere der Alliierten. Er verbreitete täglich lange Kommentare zu den englischen amtlichen Berichten und drahtete die Schilderungen der englischen Zeitungskriegsberichterstattung in Auszügen in die Welt.

Die Fassung des Friedensvertrages hat der englischen Pressepropaganda die größten Vorteile gesichert. Das Netz des englischen Nachrichtendienstes schließt sich mit immer engeren Maschen um die Welt.

Als Holland sich in den letzten Kriegsjahren bereit erklärt hatte, eine große Zahl englischer und deutscher Kriegsgefangener, die über achtzehn Monate in Gefangenschaft gewesen waren, unter bestimmten Bedingungen bei sich als Internierte aufzunehmen, war das erste, was die englische Propaganda für sich daraus gewann, die Herausgabe einer täglich in Holland erscheinenden Zeitung: „The British News.“ Das Blatt wurde in der Druckerei des „Telegraaf“ in Amsterdam hergestellt, hatte aber seinen hauptsächlichsten Leserkreis im Haag, der die meisten englischen Internierten beherbergte. Außerdem war die englische Zeitung in allen Kiosken größerer holländischer Städte zu haben.

Überhaupt die Kioske im neutralen Ausland! Sie waren während der Kriegsjahre fast ausschließlich zu einem Aushängeschild englischer Propagandadrucksachen geworden. Sie wurden weithin sichtbar ausgestattet mit den verschiedensten Monatspublikationen des englischen Propagandadienstes, wie den „War Pictorial“, die in zwei Sprachen erschienen, Kupferdruckbilder aus dem Kriegsleben der Alliierten enthielten und jedesmal ein neues verlockendes farbiges Titelblatt bekamen. Buchhändler durften die ihnen kostenlos zugestellten Hefte für einen bescheidenen Preis verkaufen. Alle Interessenten erhielten die Nummern von der englischen Buchverteilungsstelle auf Wunsch kostenlos zugesandt. Bei Friseuren, in Cafés und Gasthäusern lagen die Hefte aus. Sie wurden von den Neutralen gern als Kriegserinnerungen gesammelt. Außer diesen Bilderheften erschienen noch Monatschroniken der Kriegereignisse mit Kartenskizzen. Das

hintere Umschlagblatt dieser Propagandabroschüren enthielt regelmäßig eine Liste der von deutschen U-Booten torpedierten neutralen Schiffe, die mit einem Formular zu handschriftlichen Nachträgen abschloß.

Während der Kriegsjahre ist die englische Drucksachenpropaganda für uns vorbildlich gewesen. Von einem Konsulatsbureau im neutralen Ausland aus wurde die Verteilung des englischen Propagandamaterials geleitet. In Abständen von einigen Wochen erhielten bekannte Persönlichkeiten des betreffenden Landes — Professoren, Minister und hohe Offiziere — Bücherpakete mit kostbaren Bildermappen, Kriegswerken und Zeitschriften. An einfache Leute wurden mehr anschauliche Propagandasachen versandt, wie bunte Postkartenserien, Broschüren und Zeitungen. Über die Bevölkerung des ganzen Landes verteilten sich die englischen Propagandageschenke. Man brauchte nur an das betreffende englische Konsulat zu schreiben, um in die Liste der Empfänger aufgenommen zu werden. Die Reaktion auf diese Überschwemmung war schließlich so groß, daß viele, noch nicht gänzlich unter englischen Einfluß gebrachte neutrale Kreise sich an deutsche Auslandsstellen mit der Bitte um deutsche Propagandaliteratur wandten.

Eine Vorstellung von der Massenarbeit der englischen Buchpropaganda gibt folgende Tatsache: Eine englische Propagandaveröffentlichung, die ausgezeichnete Photographien vom Leben deutscher Kriegsgefangener in englischen Lagern enthielt, darunter im besonderen von Lagerküchen, Speiseräumen und Gärten — als Eingangsbild war ein lächelnder, dicker, deutscher Soldat mit Suppennapf und Rößel photographiert — wurde allein in Holland 1917 in einfacher Ausstattung als Broschüre in mehreren 100 000 Exemplaren, in bester Ausstattung als Buch in 30 000 Exemplaren verteilt.

In unzähligen Einzelheiten zeigt sich die Lebendigkeit der englischen Propaganda. Vor Jahresluß erschienen in den letzten Jahren im neutralen Ausland regelmäßig Kalender, die mit Bildern und Aussprüchen im Sinne der Alliierten geschmückt waren. Sie brachten Erinnerungstage an die Kriegserfolge der Entente, an den Untergang der Lusitania, den Tod Miké Cavells, und berücksichtigten außerdem auch die Nationalfeiertage des Landes, in dem die Kalender verteilt wurden, die Geburtstage seines Herrscherhauses und dergleichen.

Die ersten großen Schlachtfilms wurden von der englischen Propaganda in das neutrale Ausland gebracht. Mit unvergleichlicher Schnelligkeit zeigte die englische Propaganda die neuesten Kriegsergebnisse im Film. Wie die Tanks aufkamen, gab es sofort einen großen, abendfüllenden Tankfilm in Holland zu sehen. In den wöchentlichen Kriegschroniken der neutralen Kinos fanden die englischen, überaus anschaulichen Filme den meisten Anklang. Der englische Propagandadienst nutzte die Propagandamöglichkeiten durch den Film bis aufs äußerste aus. Deutsche Überläufer wurden gezeigt, schreckliche Typen verelendeter und verkommender deutscher Soldaten wurden raffigen Engländern gegenübergestellt, so daß die Begeisterung für die Entente im neutralen Kino zu stürmischen Ausbrüchen führte.

Als die Aufzeichnungen des Fürsten Lichnowsky in die Öffentlichkeit gedrungen waren, ließ sie der englische Propagandadienst sofort in einer Broschüre erscheinen. Englische Internierte standen im Haag an den Straßenecken, fragten die Vorübergehenden, ob sie englisch verstanden, und gaben ihnen dann ein Exemplar des Buches mit.

In der skandinavischen Presse kehrt seit Monaten das Thema der Gründung eines „Norwegenhauses“ in London wieder. Mit der ganzen Breitspurigkeit, mit der alle Welt bestimmte Dinge erfährt, die England bekannt gemacht haben will, folgen sich die Berichte über den Gründungsplan, über die finanzielle Sicherstellung des Unternehmens, über die Stifter und Protpektoren und über die Ehrenmitglieder, die die neue Vereinigung ernennen wird. Eine der ersten Bedingungen, um wirksame Propaganda zu machen, ist, daß derjenige, von dem man etwas wünscht, in dem gewünschten sein eigenes Interesse findet: also die Herstellung einer Interessengemeinschaft. Aus den gemeinsamen Handelsinteressen mit Norwegen schlägt England Propagandakapital. Das „Norwegenhaus“ in London soll der Verbreitung der Kenntnis Norwegens als internationalen Handelsfaktors in England dienen und norwegische Schiffahrts- und Reedereikreise mit England in engere Beziehungen bringen. Auch die Gründung eines „Schwedenhauses“ in London zu gleichen Zwecken wird seit kurzem in der schwedischen und englischen Presse erwogen.

Die englische Propaganda betritt seit Kriegsende neue Wege und macht sich auf allen Gebieten selbständig, nachdem sie durch Jahre hindurch ein Glied in der Kette der Weltwerbearbeit der Entente gewesen ist. Sie besinnt sich heute darauf, daß sie ja eine lange Zeit gewissermaßen den Bundesgenossen ganze Gebiete vollständig eingeräumt hatte, aus deren Ausnutzung diese weit über die Kriegszeit hinaus unermeßlichen Vorteil durch kulturelles Ansehen in der Welt ziehen können. In jedem Bündnis ist eine gewisse Einschränkung und Anpassung unumgänglich. England hatte an seinen Kriegsgenossen Frankreich das gesamte Gebiet der sogenannten Kulturpropaganda abgetreten. Jetzt aber will England den Kreis seiner Weltwerbearbeit wieder allein umschließen und leitet eine Kulturpropaganda im bewährten Stile Frankreichs ein. Es gilt jetzt, dem Ausland die Redensart auszutreiben, daß England ein Land mit nur wenig Kunst ist. Darum wird durch Holland eine Theatertruppe, die „Rosa Lund Company of London“, auf Gastspielreise geschickt, um, wie die „Times“ schreiben, die kulturellen Beziehungen zwischen dem Vereinigten Königreich und den Niederlanden zu erweitern. Man spielt im Haag, in Amsterdam und in Rotterdam *Pierrot* und *Candide* von Shaw. Und der Engländer besinnt sich auf die guten Bücher seiner Zeit und seiner Vergangenheit. Er bereitet im Ausland eine Buchpropaganda vor, die sich an die geistigen Kreise wendet. „*Dagens Nyheter*“ brachten im Dezember einen Artikel über die Bemühungen, englische Literatur nach Schweden zu bringen, und über das wachsende Interesse Schwedens für englische Bücher.

England betreibt also jetzt Kulturpropaganda in größerem Stil. Das fällt um so mehr auf, als England bisher gerade in seiner Kultur eine Überheblichkeit und Selbstschätzung zur Schau trug, die jedes Werben um Verständnis verbot. Was England früher für das Ausland bestimmte, war Massenware, war Blendwerk für die Dummen, mit einer Art von Verachtung und Arroganz verschüttet.

Die Literatur wird jetzt Englands Steckpferd. Englische Zeitungen wenden ihre Aufmerksamkeit der Anwesenheit des dänischen Dichters Johan Bojer in London zu, und es wird dafür gesorgt, daß wiederum die dänische Presse von den Ehrungen Bojers in England Notiz nimmt, zugleich mit der Mitteilung,

daß ein englischer Verlag die sämtlichen Werke Bojers in englischer Sprache herausgibt.

Der Erfolg der englischen Propaganda ist uns Deutschen trotz unserer ziemlich guten Kenntnis, mit welchen beispiellosen Mitteln England arbeitet, immer noch unverständlich. Denn wir glauben wohl an eine vorübergehende Färbung und Fälschung von Tatsachen durch fortbauernde Beeindruckung der öffentlichen Meinung, halten aber das dauernde Aufrechterhalten einer bewußten Fälschung für unmöglich. Das ordnet sich nämlich nicht in unsere Weltanschauung ein; und so werden wir uns immer verrechnen, wenn wir auf den endgültigen Sieg der Wahrheit vertrauen, solange uns dieser Sieg noch praktisch nützen kann. Für das englische Volk ist recht und richtig, was für England nützlich ist. In diesem Glauben eines großen Volkes liegt eine Macht, auf die ethische Erwägungen keinerlei Einfluß zu haben vermögen. Denn er wird von einer festen zielsicheren Politik getragen, ohne die überhaupt kein starkes nationales Selbstbewußtsein und damit auch keine erfolgreiche Auslandspropaganda möglich ist, — ohne die auch Deutschland das Ausland niemals wird beeindrucken und beeinflussen können.

Die Wurzeln der Auslandspropaganda liegen im Inland. Dort müssen wie die Bäche in einem Strom, die Bestrebungen und Unternehmungen zusammenfließen in einer Idee, die Kraft gibt und Kraft verlangt. Diese Idee kann heißen: „Right or wrong, my country“ — wenn sie ein ganzes Volk erfüllt, wird sie die Macht haben, andere zu beherrschen.

Richard Wagner im Lichte älterer und neuerer biographischer forschung

Von Professor Dr. Ludwig Schemann (Freiburg i. Br.)



n die Ehren und Erfolge der biographischen Behandlung Wagners teilten sich bei uns bisher vorwiegend zwei Männer: R. Fr. Glasenapp und H. St. Chamberlain. Hiermit soll lediglich eine Tatsache festgestellt, keinerlei Werturteil ausgesprochen, am allerwenigsten den Leistungen anderer verdienter Wagnerforscher zu nahe getreten werden. Zwischen den beiden Genannten hinwiederum verteilt sich die gemeinsame Aufgabe, deren Naturell entsprechend, höchst un-gezwungen in der Weise, daß Glasenapp mehr die rein biographische, Chamberlain mehr die geistige Seite derselben zufällt. Von Glasenapp werden wir alsbald näher zu reden haben. Chamberlain an seinem Teile hat namentlich dem Ideen-gehalt der Kunstwerke, überhaupt aber der Wagnerschen Ideenwelt seine aus seinen anderen Werken bekannte glänzende Weise der Beleuchtung zuteil werden lassen.

Jetzt ist mit dem dritten Bande von Max Kochs „Richard Wagner“¹⁾ ein Werk vollständig geworden, das in mehr als einer Beziehung vollbürtig und eigen-

¹⁾ „Richard Wagner. Von Max Koch.“ Teil 1—3. Berlin 1907—1918. (Geistes-helden. Eine Sammlung von Biographien, herausgegeben von Ernst Hofmann. Band 55/56, 60/61, 63/65.)