

# Deutsche Propaganda im Orient während des Ersten Weltkrieges

Hausarbeit zur Erlangung des Grades Magister  
Artium der Philosophischen Fakultät der  
Heinrich Heine-Universität Düsseldorf

von  
Salvador Oberhaus

Eingereicht im März 2002

# Deutsche Propaganda im Orient während des Ersten Weltkrieges

## Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Deutsche Orientpropaganda. Fragestellung und Forschungsstand.....	6
1. 1. Das Thema.....	6
1. 2. Propagandageschichte, eine junge Disziplin in der deutschen Weltkriegsforschung.....	9
* * *	
2. Übergeordnete Ziele und inhaltliche Stereotype deutscher Auslandspropaganda.....	15
* * *	
3. Der institutionelle Rahmen der Auslandspropaganda zu Kriegsbeginn.....	18
3. 1. Die amtlichen Propagandastellen.....	19
3. 1. 1. Die Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes.....	19
3. 1. 2. Die Zentralstelle für Auslandsdienst (ZfA).....	20

	Seite
3. 2. Private Propagandastellen.....	24
3. 2. 1. Die Deutsche Überseedienst Transocean GmbH.....	24
3. 2. 2. Die Balkan-Orient-Film GmbH.....	25
3. 2. 3. Die Deutsch-Türkische Vereinigung (DTV).....	26
3. 3. Die militärischen Propagandastellen.....	28
3. 3. 1. Die Abteilung III b beim Großen Generalstab des Feldheeres.....	28
3. 3. 2. Die Militärische Abteilung des Auswärtigen Amtes (MAA).....	29
3. 3. 3. Das Bild- und Filmamt (BuFA).....	29
* * *	
4. Die deutsch-türkischen Beziehungen vor dem Ausbruch des Weltkrieges und die Anfänge deutscher Kulturarbeit.....	31
4. 1. Das bilaterale Verhältnis.....	31
4. 2. Die Anfänge deutscher Kulturarbeit.....	33
* * *	
5. Die deutsche Propaganda im Orient.....	36
5. 1. Die Intentionen deutscher Kriegsführung in Nahost. Die Revolutionierung der islamischen Welt und die Gründung der Nachrichtenstelle für den Orient.....	36

	Seite
5. 2. Die Organisationsstruktur der Nachrichtenstelle für den Orient.....	46
5. 2. 1. Innerbehördliche Gliederung und institutionelle Einbettung.....	47
5. 2. 2. Die finanzielle Situation.....	49
5. 2. 3. Die Mitarbeiter.....	50
5. 3. Die Tätigkeit der Nachrichtenstelle und die inhaltlichen Dimensionen deutscher Orientpropaganda.....	51
5. 3. 1. Das Themenspektrum deutscher Orientpropaganda.....	52
5. 3. 2. Die Tätigkeit der Nachrichtenstelle.....	55
5. 3. 2. 1. Herstellung und Vertrieb von Propagandamaterial.....	57
5. 3. 2. 2. Pressesteuerung und Meinungslenkung.....	60
5. 3. 2. 3. Muslimische Kriegsgefangene.....	62
5. 3. 2. 4. Weitere Aktivitäten.....	67
a) Die Proklamation des Heiligen Krieges.....	67
b) Insurrektionstätigkeit durch Agenten. Expeditionen und andere Propagandareisen.....	68
c) Betreuung orientalischer Gäste.....	70

	Seite
d) In der Schweiz.....	71
5. 4. Institutioneller Ausbau und Stagnation der amtlichen Orientpropaganda. Die Nachrichtensaal-Organisation.....	72
5. 5. Die Tätigkeit der DTV während des Krieges.....	75
* * *	
6. Patentlösungen oder Kopfgeburten? Zusammenfassung und Ausblick.....	78
* * *	
Abkürzungsverzeichnis.....	84
* * *	
Quellen- und Literaturverzeichnis.....	85
1. Quellen.....	85
1. 1. Unveröffentlichte Quellen.....	85
* * *	
2. Zeitschriften.....	85
* * *	
3. Literatur.....	86

# Deutsche Propaganda im Orient während des Ersten Weltkrieges.

## 1. Deutsche Orientpropaganda. Fragestellung und Forschungsstand.

### 1. 1. Das Thema.

Als mit der Kriegserklärung Österreich-Ungarns an Serbien am 28. Juli 1914 der Erste Weltkrieg begann, da rechneten Regierungen und Militärs der beteiligten Staaten mit einer kurzen militärischen Auseinandersetzung. Es war zu diesem Zeitpunkt noch nicht abzusehen, dass dieser Krieg alle bisherigen Dimensionen der Kriegsführung sprengen und neu definieren würde.<sup>1</sup> Ein signifikantes Beispiel hierfür ist der erstmalige Großeinsatz von Propaganda. Der hohe Propagandaaufwand im *Krieg um die Köpfe* resultiert aus der Bedeutung, die die öffentliche Meinung als ein bestimmender politischer Faktor seit dem letzten Drittel des 19. Jahrhunderts erlangt hat.<sup>2</sup> Aufgrund dieser Entwicklung maßen Militärführung und zivile Administration der öffentlichen Meinung kriegsentscheidende Bedeutung zu.<sup>3</sup> Man glaubte in der Propaganda eine neue Strategie gefunden zu haben, welche die Kriegsführung gleichsam revolutioniert, deren vielfältiges Instrumentarium im massenhaften Einsatz meinungssteuernd wirkt und die agitierte Öffentlichkeit von der

---

<sup>1</sup> Aus der umfangreichen Literatur zum Ersten Weltkrieg sei an dieser Stelle auf einige wichtige Gesamtdarstellungen hingewiesen. P. Graf Kielmansegg, Deutschland und der Erste Weltkrieg, Stuttgart<sup>2</sup> 1980; F. Klein (Hg.), Deutschland im Ersten Weltkrieg, 3 Bde, Berlin<sup>2</sup> 1970; J. M. Winter, The Experience of World War I, Oxford 1988; G. Mai, Das Ende des Kaiserreiches. Politik und Kriegsführung im Ersten Weltkrieg, München<sup>3</sup> 1992; W. Michalka (Hg.), Der Erste Weltkrieg. Wirkung, Wahrnehmung, Analyse, Weyarn 1997; J. Keegan, Der Erste Weltkrieg. Eine europäische Tragödie, Reinbek<sup>2</sup> 2000

<sup>2</sup> Ein gutes Beispiel für den Einfluss der öffentlichen Meinung auf die Politikgestaltung liefert W. J. Mommsen, Außenpolitik und öffentliche Meinung im Wilhelminischen Deutschland 1897-1914, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat. Verfassung, Gesellschaft und Kultur im deutschen Kaiserreich, Frankfurt a. M. 1990, S. 358-379

<sup>3</sup> S. Kestler, Die deutsche Auslandsaufklärung und das Bild der Ententemächte im Spiegel zeitgenössischer Propagandaveröffentlichungen während des Ersten Weltkrieges, Frankfurt a. M. 1994, S. 359

sachlichen und moralischen Unfehlbarkeit des militärischen und politischen Handelns, sowie von der Richtigkeit der vorgegebenen Wertvorstellungen und Interpretationsvorgaben überzeugt. Zur militärischen und politischen Kriegsführung trat somit die psychologische Kriegsführung hinzu, die auf dem Gebiet der öffentlichen Meinung zum Siegfrieden verhelfen sollte. Infolge andauernder Agitation beabsichtigte man je nach Intention entweder öffentlichen Druck auf kriegsrelevante Entscheidungsfaktoren, wie Regierung und Militär, im Ausland auszuüben, oder im Inland Solidarität und Rückhalt der Bevölkerung herzustellen und zu sichern.

Die vorliegende Untersuchung hat zum Ziel, ausgehend von einem deskriptiv-analytischen diplomatie- und propagandageschichtlichen Ansatz, für das Gebiet des Nahen Ostens, die als Wunderwaffe der Kriegsführung apostrophierte Propaganda organisatorisch-institutionell, methodisch und inhaltlich, sowie in ihren verschiedenen Erscheinungsformen auf möglichst breiter Basis darzustellen. Die zugrunde liegende Definition von Propaganda schließt die Gesamtheit aller Mittel und Maßnahmen ein, die bewusst zur Beeinflussung der öffentlichen Meinung unter politischer Zielsetzung angewendet werden in der Absicht, diese für sich zu vereinnahmen und zu mobilisieren.<sup>4</sup>

Es erscheint sinnvoll sich nach einer Einführung in den Forschungsstand, den allgemeinen Zielen und Inhalten der deutschen Auslandspropaganda zuzuwenden. Daran anschließend gilt es eine Bestandsaufnahme der institutionellen Rahmenbedingungen des deutschen Propagandaapparates vorzunehmen. Hierbei ist sich auf den Teil behördlicher und privater Organisation der Informationspolitik zu beschränken, der für die Propaganda im Orient von ausschlaggebender Bedeutung ist. Von der Vielzahl deutscher Propagandastellen nimmt die Nachrichtenstelle für den Orient (NfO), aufgrund ihrer monopolähnlichen Stellung für die Propaganda im Nahen Osten, eine exponierte Stellung ein. Eine ausführliche Auseinandersetzung mit dieser von Max von Oppenheim initiierten Einrichtung bildet den Schwerpunkt der vorliegenden Studie. Dafür wurde die von Oppenheim verfasste „Denkschrift betreffend die Revolutionierung der

---

<sup>4</sup> Zum Propagandabegriff siehe *G. Maletzke*, Propaganda. Eine begriffskritische Analyse, in *Publizistik*, 17. Jahrgang, 1972, S. 153-164, S. 157; *W. Schieder/C. Dipper*, Propaganda, in: *W. Conze* (Hg.), *Geschichtliche Grundbegriffe*, Bd. 5, Stuttgart 1984, S. 69-122

islamischen Gebiete unserer Feinde“<sup>5</sup>, welche die Qualität einer Leitquelle besitzt, ausgewertet. Als Quellenmaterial liegt der Arbeit mit einem ebenfalls von Oppenheim verfassten Memorandum, eine weitere erkenntnisförderliche Schrift zugrunde. Weitere ansonsten unzugängliche Quellen konnten über die Sekundärliteratur erschlossen werden und so in die Untersuchung einfließen. Hinzu kommen die einschlägigen Untersuchungen zur Propagandageschichte des Ersten Weltkrieges, sowie Werke der Memoarieliteratur.<sup>6</sup>

Mit der islamischen Staatenwelt von Marokko bis zum Kaukasus ist ein großer Untersuchungsraum gewählt. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht die Türkei als mit Deutschland verbündeter Macht. Wie zu zeigen sein wird, handelt es sich bei den orientalischen Staaten um feste Größen in den gesamtstrategischen Planungen des Kaiserreiches im Weltkrieg. Die Frage, welche Rolle namentlich der Bevölkerung in diesen Ländern zugeordnet wurde, bildet den Ausgangspunkt für die Analyse der spezifischen Intentionen und Strukturen der Orientpropaganda. Der intensive Einsatz von Propaganda in einem verbündeten Staat erscheint auf den ersten Blick verwunderlich. Zur Erklärung dieses Sachverhaltes wird die Entwicklung der deutsch-türkischen Beziehungen vor Kriegsausbruch im vierten Kapitel skizziert. Auf diese Weise soll ein Eindruck von den Ereignissen vermittelt werden, die den politischen Rahmen markieren, an welchem sich die deutsche Propaganda inhaltlich orientieren mußte.

Im darauf folgenden fünften Kapitel wird die Analyse der Propagandathemen und Aktivitäten sowie der Formen der Inhaltsvermittlung im funktionalen Zusammenhang mit den Plänen der Kriegsführung und den Kriegszielen des Deutschen Reiches im Orient vorgenommen. Aus zu erörternden Gründen erschien Berlin für einen siegreichen Ausgang des Krieges und der angestrebten Vormachtsstellung im Orient ein Bündnis mit Istanbul erstrebenswert. Besondere Aufmerksamkeit ist auf die Insurrektionsstrategie zu richten, dem Versuch, durch die Entfesselung von Aufständen in der islamischen Welt die Ententemächte in ihren Kolonien zu schwächen. Aus thematischen Gründen wird sich auf die

---

<sup>5</sup> *Max Freiherr von Oppenheim*, Denkschrift betreffend die Revolutionierung der islamischen Gebiete unserer Feinde. PA-AA, R 20938, WK. 11, Unternehmungen und Aufwiegungen gegen unsere Feinde, Allgemeines, Anlagen zu Band 2.

<sup>6</sup> Vgl. Kapitel 1. 2

propagandageschichtlichen Aspekte der Insurrektionsstrategie beschränkt. Eine Erörterung der militärischen Revolutionierungsbemühungen bleibt anderen Untersuchungen vorbehalten.<sup>7</sup>

Neben der Druckschriftenpropaganda ist der Einsatz davon abweichender Propagandamittel zu untersuchen. Das die Berücksichtigung neuer Medien, namentlich des Filmes, im Propagandaeinsatz im Orient, dessen Erforschung zunächst einen Schwerpunkt der Untersuchung bilden sollte, nur en passant stattfindet ist der dahingehenden wenig erkenntnisförderlichen Literaturlage geschuldet. Weiterhin wird der Versuch unternommen, die Propagandaperspektiven nachzuzeichnen, welche die muslimischen Kriegsgefangenen den deutschen Planungsstellen eröffneten. Zudem werden einige Anmerkungen zur Propagandamission der verschiedenen Orientexpeditionen gegeben. Dem dynamischen und prozeßhaften Charakter der Propaganda soll auf diese Weise Rechnung getragen werden. Es ist darauf hinzuweisen, dass die Auswahl der Beispiele deutscher Agitationstätigkeit nicht etwa willkürlich vorgenommen worden ist, sondern, um es vorweg zu nehmen, die Konzeptlosigkeit der Propaganda widerspiegelt, welcher keine einheitliche Strategie zugrunde lag.

Im Schlusskapitel wird eine Zusammenfassung und ein Ausblick auf weitere Forschungsperspektiven gegeben. Darüber hinaus wird eine Antwort auf die Frage formuliert, ob die deutschen Propagandisten über Patentlösungen verfügten, wie sie es für sich in Anspruch nahmen, oder ob es sich bei den geplanten Aktionen um Kopfgeburten ambitionierter Protagonisten handelte.

## 1. 2. Propagandageschichte, eine junge Disziplin in der deutschen Weltkriegsforschung

Erste methodische Probleme treten angesichts der Literaturlage auf. Diese ist im Hinblick auf Forschungsarbeiten zum ausgewählten Untersuchungsraum sehr begrenzt. Es kommt hinzu, dass das zur Verfügung stehende Quellenmaterial bisher nur in kleinen Teilen ausgewertet wurde. Schon deshalb verbietet sich für die Darstellung jeglicher Anspruch auf Vollständigkeit. Nichtsdestotrotz ist es möglich, anhand erklärungskräftiger

---

<sup>7</sup> Vgl. zum militärischen Verlauf der Revolutionierungsbemühungen in den verschiedenen Regionen die Literaturangaben der Anmerkungen 26-31.

Beispiele den Strukturen und Intentionen deutscher Öffentlichkeitsarbeit nachzuspüren, wie nachfolgender Forschungsbericht zeigt.

Spezialuntersuchungen zur deutschen Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg sind nur vereinzelt zu finden, da sich diesem Fachgebiet erst seit den letzten Jahren vermehrt zugewendet wird. Arbeiten zur deutschen Propaganda in einem allgemeineren Sinne und speziell zur Inlandspropaganda hingegen erschienen bereits in der unmittelbaren Nachkriegszeit. Allerdings fehlt es diesen Werken nicht selten an wissenschaftlichem Anspruch. Es handelt sich zumeist um tendenziöse Schriften, die nicht frei von Polemik sind und eine Untersuchung der Propagandastrukturen mit der Suche nach den Ursachen für das Scheitern des deutschen Propagandaunternehmens sukzessive der Niederlage im Krieg verbinden. P. Eltzbacher<sup>8</sup> und W. Nicolai<sup>9</sup> geben einen Überblick über die Gestaltung der Pressepolitik und kritisieren in ihren Werken deren Rückständigkeit und die Passivität der Regierung in pressepolitischen Angelegenheiten. Ebenfalls vor dem Hintergrund des Scheiterns der deutschen Propaganda eröffnet E. Stern-Rubarth<sup>10</sup> seine propagandatheoretischen Überlegungen mit der Feststellung, dass „wir der gegnerischen Propaganda, dem Kampf des Wortes und der Gedanken unterlegen [sind; d. Verf.]“. Rubarth versteht sein Werk als ein Strategiepapier zur Effektivitätssteigerung des nachkriegszeitlichen Propagandaapparates.

Im Jahre 1924 veröffentlichte F. M. Fischer mit seiner Dissertation die erste wissenschaftliche Studie zur deutschen Auslandspropaganda im Krieg.<sup>11</sup> Dem konservativen Zeitgeist verpflichtet, tritt Fischer für eine Revision des Versailler Vertrages ein und fordert zu diesem Zweck eine wirkungsvolle Auslandspropaganda, die aus den Fehlern der Vergangenheit gelernt haben müsse. Die Untersuchung leidet schließlich unter diesen vehement vertretenen Forderungen und beschränkt sich im Wesentlichen auf eine Zusammenfassung der aktiven deutschen Auslandsvereine und derer zukünftige Funktion in der Außendarstellung der Weimarer Republik. Ende der zwanziger Jahre veröffentlichte H. Lasswell<sup>12</sup> seine Studie über die Propagandatechniken der

---

<sup>8</sup> P. Eltzbacher, *Die Presse als Werkzeug der auswärtigen Politik*, Jena 1918

<sup>9</sup> W. Nicolai, *Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmung im Ersten Weltkrieg*, Berlin 1920

<sup>10</sup> E. Stern-Rubarth, *Die Propaganda als politisches Instrument*, Berlin 1921

<sup>11</sup> F. M. Fischer, *Deutsche Propaganda im Ausland*, Würzburg 1924

<sup>12</sup> H. Lasswell, *Propaganda Technique in World War I*, New York 1927 (Nachdruck Massachusetts 1971)

kriegführenden Länder, welche einen Überblick über die Institutionen und Methoden der Meinungslenkung bietet. Noch bevor sich die Geschichtswissenschaft dem Thema wieder annahm, erschien nach dem Zweiten Weltkrieg eine Reihe von Memoiren aktiv an der Auslandspropaganda beteiligter Akteure, die zum Teil wertvolle Informationen enthalten und für die vorliegende Untersuchung ausgewertet wurden.<sup>13</sup>

Allgemeine Hinweise auf Organisation und Bedeutung der Propaganda finden sich verstärkt seit den 1960er Jahren in den Darstellungen zum Ersten Weltkrieg. C. Haste<sup>14</sup> sind umfangreiche Erkenntnisse über die Funktion und Methoden der Propaganda im Ersten Weltkrieg auf Grundlage einer weitgefassten Fragestellung zu verdanken. Erste Spezialuntersuchungen zur Propaganda in Deutschland wurden auf dem Gebiet der Pressepolitik vorgelegt.<sup>15</sup>

Hier ist besonders die Arbeit von K. Koszyk<sup>16</sup> zu erwähnen. Koszyk gewährt einen tiefen Einblick in die Praxis amtlicher Pressepolitik und deren institutionelles Gefüge. Mit der Behandlung der Zentralstelle für Auslandsdienst wird erstmals eine wichtige Einrichtung der Auslandspropaganda einer wissenschaftlichen Analyse unterzogen. In jüngerer Zeit ist mit der Dissertation von M. Creutz<sup>17</sup> eine wichtige Detailstudie auf diesem Gebiet gefolgt, die den kontinuierlichen Ausbau des Propagandaapparates beschreibt und sich vor diesem Hintergrund mit dem Verhältnis von Regierung und Militär auf der einen Seite zu den Pressevertretern auf der anderen Seite beschäftigt. Creutz gelangt zu der Erkenntnis, dass das Verhältnis der beiden Seiten zueinander in höherem

---

<sup>13</sup> Im einzelnen handelt es sich um die Memoiren von *H. v. Glasenapp*, *Meine Lebensreise. Menschen, Länder und Dinge, die ich sah*, Wiesbaden 1964; *Rudolf Nadolny*, *Mein Beitrag. Erinnerungen eines Botschafters des Deutschen Reiches*. Herausgegeben von *G. Wollstein*, Köln 1985; *Frh. K. E. Schabinger von Schowingen*, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter. Erlebnisse und Erinnerungen eines kaiserlichen Dragomans*, Baden-Baden 1967; *E. Stern-Rubarth*, *Aus zuverlässiger Quelle verlautet. Ein Leben für Presse und Politik*, Stuttgart 1964

<sup>14</sup> *C. Haste*, *Keep the Home Fires Burning. Propaganda in the First World War*, London 1977

<sup>15</sup> Zu nennen sind an dieser Stelle *I. Rieger*, *Die Wilhelminische Presse im Überblick 1888-1918*, München 1957; *H. D. Fischer* (Hg.), *Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Texte und Quellen*, Berlin 1973

<sup>16</sup> *K. Koszyk*, *Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg*, Düsseldorf 1968; *Ders.*, *Pressepolitik und Propaganda im Ersten Weltkrieg*, in: *Francia*, Bd. 3, 1976, S. 465-475

<sup>17</sup> *M. Creutz*, *Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkrieges. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichterstattung*, Frankfurt a. M. 1996

Maße von aufrichtigen Kooperationsbemühungen bestimmt war, als dies bisher angenommen wurde. Zur Informationspolitik und Propagandatätigkeit einzelner behördlicher Stellen erschienen Forschungsarbeiten, die sich auf die Meinungslenkung innerhalb des Deutschen Reiches konzentrieren.<sup>18</sup>

Die Geschichtswissenschaft hat ein breites Spektrum an Erkenntnissen zur deutschen Inlandspropaganda zusammengetragen.<sup>19</sup> Auf dem Gebiet der Auslandspropaganda hingegen mangelt es trotz jüngster Forschungsleistungen an einschlägiger Literatur. In seiner Dissertation arbeitet S. Kestler<sup>20</sup> strukturelle und inhaltliche Grundlagen der deutschen Auslandsaufklärung gegen die Ententestaaten heraus. Es folgten Studien zur Propaganda in den neutralen Staaten, die von besonderer Relevanz für die vorliegende Untersuchung über die deutsche Orientpropaganda sind. J. Albes<sup>21</sup> und P. Ostermann<sup>22</sup> decken in ihren Promotionschriften die maßgeblichen Verfahrensweisen der deutschen Meinungssteuerungsversuche in Spanien und Italien auf.

Als sehr problematisch erweist sich hingegen die Literaturlage zur deutschen Propaganda im verbündeten Ausland. Diese Feststellung trifft auch auf die Türkei zu. Es muß ein beinahe völliges Fehlen akademischer Erörterungen konstatiert werden. Die Literatur über das deutsch-türkische Verhältnis beschäftigt sich i. d. R. nicht mit dem Themenkomplex Propaganda.<sup>23</sup> Eine Ausnahme stellt die Dissertation von I. Farah<sup>24</sup> dar, die sich intensiv mit den Intentionen und der praktischen Gestaltung der deutschen

---

<sup>18</sup> J. Richter, Die Reichszentrale für Heimatdienst. Geschichte der ersten politischen Bildungsstelle in Deutschland und Untersuchung ihrer Rolle in der Weimarer Republik, Berlin 1963; K. Wippermann, Politische Propaganda und staatsbürgerliche Bildung. Die Reichszentrale für den Heimatdienst in der Weimarer Republik, Bonn 1976; W. Deist, Flottenpolitik und Flottenpropaganda. Das Nachrichtenbureau des Reichsmarineamtes 1897-1914, Stuttgart 1976; J. Wilke (Hg.), Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen in Deutschland. Untersuchungen zu ihrer Geschichte bis 1949, München 1991

<sup>19</sup> Neuerdings auch D. Welch, Germany, Propaganda and Total War, 1914-1918, London 2000. Welch befasst sich weniger mit der institutionalisierten Propaganda. Im Blickpunkt seines Interesses steht die Interaktion auf Kommunikationsebene zwischen Reichsleitung und Bevölkerung und deren Auswirkungen auf die Moral der Heimatfront.

<sup>20</sup> S. Kestler: Deutsche Auslandsaufklärung

<sup>21</sup> J. Albes, Worte wie Waffen. Deutsche Propaganda in Spanien während des Ersten Weltkrieges, Essen 1996

<sup>22</sup> P. Ostermann, Duell der Diplomaten. Die Propaganda der Mittelmächte und ihrer Gegner in Italien während des Ersten Weltkrieges, Weimar 2000

<sup>23</sup> Das bis heute unverzichtbare Standardwerk zu den deutsch-türkischen Beziehungen im Ersten Weltkrieg von Trumpener gibt hierfür ein Beispiel. U. Trumpener, Germany and the Ottoman Empire 1914-1918, Princeton 1968

<sup>24</sup> I. Farah, Die deutsche Pressepolitik und Propagandatätigkeit im osmanischen Reich von 1908-1918 unter besonderer Berücksichtigung des „Osmanischen Lloyd“, Stuttgart 1993

Pressepolitik und Propaganda in der Türkei auseinandersetzt. Allerdings bleibt eines der zentralen Propagandathemen des Deutschen Reiches im Orient bei Farah nahezu unberücksichtigt, die Bemühungen den Heiligen islamischen Krieg gegen die Ententemächte ins Werk zu setzen.<sup>25</sup> Eine Studie zur deutschen Orientpropaganda darf sich, aufgrund des großen Engagements die der Insurrektionsstrategie gewidmet wurde, diesem Phänomen nicht verschließen. Ansätze für eine dementsprechende Forschung liegen vor. Für den russisch-asiatischen Raum haben F. Fischer<sup>26</sup> und E. Zechlin<sup>27</sup> Grundlagen der deutschen Eskalationspolitik herausgearbeitet.

U. Gehrke<sup>28</sup> und W. Bihl<sup>29</sup> legten mit ihren Arbeiten über die Politik der Mittelmächte in Persien und im Kaukasus quellennahe Untersuchungen über Intentionen und Verlauf der Revolutionierungsaktionen vor. Eine kenntnisreiche Studie präsentiert H. L. Müller<sup>30</sup> in seiner Dissertation über die militärischen und propagandistischen Kriegsplanungen für Nordafrika, deren Ergebnisse zu berücksichtigen sein werden.<sup>31</sup>

Mit einer weiteren Ausnahme, der Quellenedition zur deutschen Flugblattpropaganda von G. Hagen<sup>32</sup>, sind dies die bisher einzigen Detailarbeiten zum Untersuchungsgegenstand. Erschwerend kommt hinzu, dass das von den Autoren ausgewertete Quellenmaterial in großen Teilen identisch ist. Namentlich für die Nachrichtenstellen für den Orient gilt dieser Befund im besonderen Maße. Erkenntnisse über den Aufbau, die Tätigkeit und

---

<sup>25</sup> Im weiteren Verlauf der vorliegenden Darstellung wird z. T. der arabische Begriff „ğihād“, der auch als Quellenbegriff Verwendung findet, angewendet.

<sup>26</sup> F. Fischer, Deutsche Kriegsziele: Revolutionierung und Separatfrieden im Osten 1914-1918, in: Historische Zeitschrift, Bd. 188, 1959, S. 249-310; Ders., Griff nach der Weltmacht. Die Kriegszielpolitik des kaiserlichen Deutschlands 1914-1918, Düsseldorf 2000 (Unveränderter Nachdruck der Sonderausgabe von 1967)

<sup>27</sup> E. Zechlin, Friedensbestrebungen und Revolutionierungsversuche. Deutsche Bemühungen zur Ausschaltung Russlands im Ersten Weltkrieg, Kapitel III, 5-7, in: Aus Politik und Zeitgeschehen, Bd. 25, 1961, S. 353-363. Vgl. ferner in der selben Reihe Kapitel I, Bd. 20, 1961, S. 269-288 und Kapitel II, Bd. 24, 1961, S. 325-337

<sup>28</sup> U. Gehrke, Persien in der deutschen Orientpolitik während des Ersten Weltkrieges, 2 Bde., Stuttgart 1960

<sup>29</sup> W. Bihl, Die Kaukasuspolitik der Mittelmächte Teil 1. Ihre Basis in der Orientpolitik und ihre Aktionen 1914-1917, Wien 1975

<sup>30</sup> H. L. Müller, Islam, ğihād und Deutsches Reich. Ein Nachspiel zur wilhelminischen Weltpolitik im Maghreb 1914-1918, Frankfurt a. M. 1991

<sup>31</sup> Einen Überblick zur Kriegsplanung bietet M. Kröger, Revolution als Programm. Ziele und Realität der deutschen Orientpolitik im Ersten Weltkrieg, in: W. Michalka (Hg.), Der Erste Weltkrieg, S. 366-391

<sup>32</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg. Flugblätter und Flugschriften in arabischer, persischer und osmanisch-türkischer Sprache aus der Sammlung der Universitätsbibliothek Heidelberg. Eingeleitet, übersetzt und kommentiert, Frankfurt a. M. 1990

die Bedeutung der Nachrichtenstelle für die Auslandsaufklärung liegen bisher nur vereinzelt vor.<sup>33</sup>

---

<sup>33</sup> Die von P. Heine angekündigte Detailstudie zur Nachrichtenstelle für den Orient ist bislang nicht erschienen. P. Heine, Sâlih ash-Sharîf at-Tūnisî, a north African Nationalist in Berlin during the First World War, in: *Revue de l'Occident Musulman et de la Méditerranée*, Vol. 33, 1982, S. 89-95, S. 94, Anmerkung 3

## 2. Übergeordnete Ziele und inhaltliche Stereotype deutscher Auslandspropaganda.

Die Auslandspropaganda dient der Selbstdarstellung des Deutschen Reiches. Durch Einflussnahme auf die Meinungsbildung der internationalen Öffentlichkeit soll ein positives Bild des wilhelminischen Deutschlands, eine bewusst konstruierte deutsche Identität, vermittelt werden. Auf diese Weise hoffte man, die Meinungsführerschaft im Ausland und darüber schließlich den Krieg zu gewinnen. Der Transfer zumeist gleichlautender, sich wiederholender Propagandathemen diente unter Einsatz der selben Mittel im feindlichen, neutralen und verbündeten Ausland übereinstimmender Grundzielsetzungen, wobei Unterschiede in der Akzentsetzung festgehalten werden müssen. Im feindlichen Ausland sollte die Entschlossenheit und Kriegsmoral in Bevölkerung und Armee unterminiert werden, um deren Widerstandsfähigkeit zu schwächen. Von der Propaganda in den neutralen Staaten erhoffte man sich weniger zersetzende Wirkung, als vielmehr den Kriegseintritt auf Seiten der Mittelmächte, zumindest aber die Aufrechterhaltung der Neutralität.

Außerdem bot Propaganda im neutralen Ausland die erfolgversprechendste Aussicht auf die öffentliche Meinung in den Ententestaaten einzuwirken, da aufgrund der Isolierung von den dortigen Nachrichtenmärkten kaum Möglichkeiten bestanden die Bevölkerung direkt zu agitieren. Im verbündeten Ausland wiederum diente der Propagandaeinsatz der Aufrechterhaltung der Moral und Siegesgewissheit, sowie der Festigung des Bündnisses. Nicht zuletzt diente die Propaganda indirekt der psychologischen Vorbereitung der Bevölkerung auf anvisierte Herrschaft über die betroffenen Gebiete nach einem siegreichen Kriegsende. Dass sich die Propagandisten zur Erreichung ihrer Ziele nicht an die Wahrheit gebunden fühlten, sondern bewusst eine Politik der Desinformation betrieben, muß nicht eigens betont werden.

Die inhaltliche Gestaltung der Propaganda beschränkte sich von Kriegsbeginn an auf eine überschaubare Anzahl thematischer Schwerpunkte. Zur Suggestion deutscher politischer, zivilisatorischer und moralischer Wertvorstellungen bediente man sich immer wiederkehrender inhaltlicher Stereotype. Dabei bildeten diverse kulturelle, zivilisatorische, militärische und

wirtschaftliche Überlegenheitstopoi den argumentativen Rahmen. Eine umfassende Analyse der Gesamtheit deutscher Propagandathemen kann an dieser Stelle aus nahe liegenden Gründen nicht geboten werden. Es ist daher notwendig, sich auf die herausragenden Themen zu beschränken.<sup>1</sup> Die Propagierung militärischer Unbezwingbarkeit und eines baldigen Endsieges, die den inhaltlichen Kern der Heeresberichte ausmachen gehören zu den gängigsten und meistverwendetsten Stereotypen.<sup>2</sup> Die Betonung eigener Überlegenheit ging einher mit der Hervorhebung vermeidlicher Schwächen der Gegner. Teilweise verstieg man sich gar dazu, den Kontrahenten das Recht auf Widerstand abzusprechen, wie das Beispiel deutscher Besatzungspolitik in Belgien verdeutlicht.

Weitere Themen, die mittel- und langfristig breiten Raum in der Propaganda einnahmen waren die Darstellung der Ursachen des Krieges aus deutscher Sicht und in diesem Kontext die nachdrücklich vertretene Behauptung, dass Deutschland einen ihm aufgezwungenen Verteidigungskrieg führe.<sup>3</sup> Die Rechtmäßigkeit der eigenen Kriegsführung wird betont, die Kriegsführung der Entente besonders durch Gräuelpropaganda moralisch ins Unrecht gesetzt und kriminalisiert.<sup>4</sup> Gerade die Gräuelpropaganda erschien besonders geeignet, Feindbilder zu entwerfen und zu etablieren, sie zu instrumentalisieren und im öffentlichen Bewusstsein zu verankern. In der Oktroyierung und Verstärkung von Feindbildern liegt eine der wichtigsten Funktionen von Propaganda begründet.

Insgesamt nimmt die Präsentation militärischer Erfolge und die Schilderung des Kriegsverlaufs breiten Raum in der deutschen Öffentlichkeitsarbeit ein.<sup>5</sup> Mit der Verletzung der belgischen Neutralität durch den Einmarsch deutscher Truppen und dem U-Boot Krieg sind zwei weitere Themenschwerpunkte benannt, die bis zum Oktober 1918 Gegenstand anhaltender Propagandafehden waren. Hiermit sind zugleich die schwerwiegendsten Belastungsfaktoren angesprochen, welche die

---

<sup>1</sup> Eine nach Ländern gegliederte ausführliche Analyse deutscher Propagandathemen bietet S. Kestler, *Deutsche Auslandsaufklärung*, S. 127-359

<sup>2</sup> P. Ostermann, *Duell der Diplomaten*, S. 133

<sup>3</sup> J. Wilke, *Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg*. Die Zentralstelle für Auslandsdienst, in: *Ders.* (Hg.), *Pressepolitik und Propaganda*. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln, Wien, Weimar 1997, S. 79-125, S. 101/102

<sup>4</sup> S. Kestler, *Deutsche Auslandsaufklärung*, S. 134-139

<sup>5</sup> K. Koszyk, *Deutsche Pressepolitik*, S. 141

Erfolgsaussichten deutscher Propagandabemühungen von vorneherein reduzierten.<sup>6</sup> Erschienen die Besetzung Belgiens und der U-Boot Krieg auch militärisch sinnvoll, so muß festgestellt werden, dass die deutsche Propaganda aufgrund dieser Völkerrechtsverletzungen von nun an in die Defensive geriet und in ihrer Grundtendenz zunehmend reaktiv und rechtfertigend war.<sup>7</sup> Dies ist nicht zuletzt darauf zurückzuführen, dass die Entente in der Propaganda verstärkt auch auf anderen Feldern die Initiative ergriff.<sup>8</sup> Anstatt selbst die Initiative zu übernehmen, wurden die deutschen Propagandastellen verstärkt auf Gegenpropaganda festgelegt und zur direkten Reaktion auf Behauptungen und Vorwürfe der Gegenseite gezwungen. Daher war der inhaltlichen Gestaltungsfreiheit der deutschen Propaganda, nicht nur aufgrund eigener struktureller Mängel, recht bald Grenzen gesetzt. Diese Feststellung gilt nicht nur für den Bereich der militärischen Kriegspropaganda, sondern auch für die wirtschafts- und kulturpolitische Öffentlichkeitsarbeit des Deutschen Reiches.

Damit sind die übergeordneten Ziele und Themenschwerpunkte der deutschen Auslandspropaganda beschrieben, sowie wichtige Ereignisse angesprochen, welche die Bemühungen der Protagonisten erschwerten. Die Intentionen und konkreten Zielvorstellungen der Orientpropaganda werden weiter unten detailliert dargestellt. Am Ende der Untersuchung wird noch ausführlicher auf die Ursachen einzugehen sein, die letztlich für das Scheitern des deutschen Propagandaunternehmens im Ersten Weltkrieg verantwortlich sind.

---

<sup>6</sup> *J. Albes*, *Worte wie Waffen*, S. 119 f.

<sup>7</sup> *Ebd.*, S. 119/120; *J. Wilke*, *Deutsche Auslandspropaganda*, S. 101/102

<sup>8</sup> *J. Wilke*, *Deutsche Auslandspropaganda*, S. 102

### 3. Der institutionelle Rahmen der Auslandspropaganda zu Kriegsbeginn.

In diesem Kapitel werden zunächst die übergeordneten Strukturprinzipien der Auslandspropaganda des Deutschen Reiches vorgestellt. Darauf aufbauend ist die Organisation der Propaganda im Nahen Osten zu analysieren. Regierung und Militär begannen erst recht spät, im Herbst 1914, sich gezielt auf einen längerfristigen Propagandakrieg einzustellen. Solange der erfolgreich geführte Bewegungskrieg die Annahme eines baldigen Siegfriedens zu bestätigen schien hielt man es nicht für nötig einen großen und umfangreichen Propagandaapparat zu installieren.<sup>1</sup> Erst als der deutsche Vormarsch auf Paris an der Marne zum Stoppen gebracht wurde und nachdem man in der internationalen Öffentlichkeit, auch aufgrund alliierter Propaganda, wegen der Neutralitätsverletzung Belgiens und begangener Verbrechen an der dortigen Zivilbevölkerung immer heftiger unter Druck geriet, zog man aus dem Wissen um die Bedeutung der öffentlichen Meinung im Ausland die Konsequenzen und begann mit dem Ausbau der Propagandastrukturen. Damit setzte ein Modernisierungs- und Zentralisierungsprozeß ein, der bis zum Ende des Krieges fortauern sollte.<sup>2</sup> Dem zögerlichen Verhalten bisher folgte ein hektischer Gründungseifer was Einrichtungen auf dem Sektor der Öffentlichkeitsarbeit betrifft.<sup>3</sup>

Mit Ausbruch der Feindseligkeiten gingen qua Verfassung eine Fülle, die Öffentlichkeitsarbeit betreffende Kompetenzen von der zivilen Reichsleitung an die militärische Führung über.<sup>4</sup> Für das Kaiserreich ergibt sich damit ein Bild militärisch-ziviler Koorganisation der Propaganda. Darüber hinaus muß zwischen amtlichen bzw. halbamtlichen und privaten Propagandastellen unterschieden werden. Die schier nicht zu bewältigende Zahl besonders zuletzt genannter Einrichtungen - überspitzt formuliert gewinnt man den Eindruck, dass sich nahezu ein jeder patriotisch Gesinnter, der es zu einem gewissen Vermögen und Einfluss gebracht hatte, dazu berufen

---

<sup>1</sup> Propagandaaktionen wurden seitens der Militärs vielmehr argwöhnisch beobachtet und erschwert, wenn nicht gar unmöglich gemacht. Vgl. *J. Albes*, *Worte wie Waffen*, S. 86

<sup>2</sup> Die dementsprechenden Bemühungen schildert für den Bereich der innerdeutschen Pressepolitik ausführlich *M. Creutz*, *Pressepolitik*, bes. S. 231-262

<sup>3</sup> *K. Epstein*, *Matthias Erzberger und das Dilemma der deutschen Demokratie*, Berlin/Frankfurt a. M. 1962, S. 124/125

<sup>4</sup> Das gilt besonders für den Pressesektor. Vgl. dazu *M. Creutz*, *Pressepolitik*, S. 5; *J. Wilke*, *Deutsche Auslandspropaganda*, S. 83

fühlte, Propaganda zu betreiben<sup>5</sup>- macht es notwendig sich auf die wesentlichen Institutionen zu beschränken.

### 3. 1. Die amtlichen Propagandastellen.

Im Mittelpunkt der gouvernementalen Auslandspropaganda steht das Auswärtige Amt, bei welchem generell die Zuständigkeit für die Informationspolitik gegenüber dem Ausland lag. Besonders die Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes sowie die Zentralstelle für Auslandsdienst waren für das Propagandaunternehmen verantwortlich.

#### 3. 1. 1. Die Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes.

Mit Otto Hammann verfügte das Pressereferat der Politischen Abteilung des Auswärtigen Amtes bei Kriegsausbruch über einen renommierten Referatsleiter, der auf eine langjährige Diensterfahrung im Umgang mit der Presse zurückblicken konnte und der über vorzügliche Kontakte zu Journalistenkreisen verfügte.<sup>6</sup> Seit Anfang des Jahrhunderts konnte Hammann bei Ausübung seiner Tätigkeit auf Informationen zurückgreifen, welche die im Auswärtigen Amt eingerichteten Nachrichtenstellen zusammentrugen. Neben der Beschaffung von Informationen hatten diesen Stellen die Aufgabe, propagandistisch in die Zielgebiete hineinzuwirken.<sup>7</sup> Angesichts der wachsenden Anforderungen wurde das Pressereferat im Mai 1915 aus der Politischen Abteilung ausgegliedert und auf Druck der Obersten Heeresleitung zur eigenständigen Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes ausgebaut, zu dessen Leiter Hammann ernannt wurde. Die Nachrichtenabteilung verfügte über ein Inlands- und fünf Auslandsreferate. Des Weiteren verfügte sie über eigens eingerichtete Büros zur Betreuung wirtschafts- und kulturpropagandistischer Kampagnen.<sup>8</sup> Besonders die zwischenzeitlich

---

<sup>5</sup> Von diesem oft bemängelten Faktum vermittelt die umfangreiche Aufzählung bei J. Kloosterhuis einen lebhaften Eindruck. *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“. Deutsche Auslandsvereine und auswärtige Kulturpolitik, 1906-1918, 2 Bde., Frankfurt a. M. 1994

<sup>6</sup> Zur Person und Tätigkeit Hammanns siehe *M. Creutz*, Pressepolitik, S. 15-28

<sup>7</sup> Es wurde je eine Nachrichtenstelle für den Nahen Osten, den Fernen Osten und für Übersee eingerichtet. Vgl. *S. Kestler*, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 51

<sup>8</sup> *K. Koszyk*, Deutsche Pressepolitik, S. 156 f.

installierte Graphische Abteilung produzierte einiges Propagandamaterial, welches nachweislich ein internationales Publikum erreichte.<sup>9</sup>

Als Konsequenz wachsender Interessendifferenzen zwischen OHL und Auswärtigem Amt musste der Zivilist Hammann im Dezember 1916 seinen Posten verlassen. Als Nachfolger wurde der Vertrauensmann der militärischen Führung Major Erhard Deutelmoser in das Amt eingeführt. Um Zentralisierung der gouvernementalen Informationspolitik bemüht, füllte er in Personalunion seit Ende 1917 die Funktion eines Pressechefs beim Reichskanzler aus. Im Februar 1918 wurden das Nachrichtenressort und letztgenannte Stellung zur Vereinigten Presseabteilung der Reichsregierung fusioniert. Die eigentliche Zuständigkeit für die Mitwirkung und Koordination auslandspropagandistischer Maßnahmen aller Art blieb den entsprechenden Unterabteilungen vorbehalten.<sup>10</sup>

### 3. 1. 2. Die Zentralstelle für Auslandsdienst (ZfA).

Aus der Vielzahl der miteinander konkurrierenden Propagandastellen für das Ausland ragt die ZfA an Bedeutung heraus. Aufgrund ihrer zentralen Funktion lassen sich an ihrem Beispiel typische Verfahrensweisen der Auslandspropaganda ableiten. Es ist daher notwendig, sich der Zentralstelle für Auslandsdienst in größerer Ausführlichkeit zuzuwenden. Mit der Gründung der ZfA am 5. Oktober 1914 wurde ein erster Versuch der Vereinheitlichung und Koordination der auslandspropagandistischen Aktivitäten und Initiativen unternommen, der eine Bündelung der Kräfte und somit eine Effektivitätssteigerung der Interessenvertretung ermöglichen sollte. Die ZfA ging auf Anregung des Pressereferates des Auswärtigen Amtes - aus dessen direkter Zuständigkeit 27 Büros<sup>11</sup>, die bis Oktober 1914 mit Auslandspropaganda befasst waren, in die neue Organisation überführt wurden - und der Reichskanzlei aus der vormaligen Zentralstelle für Druckschriftenpropaganda des Reichsmarineamt hervor, in dessen Räumen sie

---

<sup>9</sup> Es handelt sich hierbei vornehmlich um Postkarten u. ä. m. *S. Kestler*, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 52

<sup>10</sup> Genaueres war über die Festlegung von Kompetenzbereichen innerhalb dieser Abteilung nicht zu ermitteln.

<sup>11</sup> Diese Zahl nennt *I. Farah*, Pressepolitik und Propagandatätigkeit, S. 235

untergebracht wurde.<sup>12</sup> Mit dem Reichstagsabgeordneten Erzberger, der während des gesamten Krieges eine untriebige Propagandaaktivität entfaltete<sup>13</sup>, sowie den Publizisten und Orientkennern Ernst Jäckh und Paul Rohrbach unterstützen drei namhafte Akteure der auswärtigen Öffentlichkeitsarbeit das Ansinnen der Behörden. Unter formeller Leitung des ehemaligen kaiserlichen Botschafters in Tokio, Frhr. Mumm von Schwarzenstein, tatsächlich besorgte Erzberger die Geschäfte<sup>14</sup>, entwickelte sich die halbamtliche ZfA in den ersten Monaten ihres Bestehens zu einer umfangreichen Behörde. Zum Stamm der festen Mitarbeiter gehörten Ende 1914 neben den genannten Personen J. Schumacher<sup>15</sup>, sowie zum Ausschuss je ein Vertreter der dienstaufsichtführenden Ministerien.<sup>16</sup> Hinzu kommt eine Vielzahl häufig fluktuierender freier Mitarbeiter.

Mit der Gründung der ZfA sollte direkt auf die Meinungsbildung der Öffentlichkeit im Ausland eingewirkt werden. Entsprechend dieser Intention wurde die Dienststelle in vier Abteilungen untergliedert und ihr Tätigkeitsbereich definiert. In der Abteilung Pressekontrolle wurden täglich die ausländischen Zeitungen von mehr als einem Dutzend Lektoren ausgewertet und deren Inhalt in Wochenberichten zusammengefasst, um sich auf diese Weise ein Bild über die öffentliche Meinung im Ausland zu machen.<sup>17</sup> Diese Maßnahme sollte eine zielgerichtete Auswahl der Propagandathemen ermöglichen. Die Bücher-, Broschüren- und Zeitschriftenabteilung war hauptsächlich für die Zusammenstellung des zum Versand bestimmten gedruckten Propagandamaterials verantwortlich. Gelegentlich fungierte sie auch als Auftragsgeberin für Publikationen.<sup>18</sup> Die Einrichtung der Abteilung Bildzentrale spiegelt die wachsende Bedeutung von Bild- und besonders Filmmaterial als Propagandamedium wieder. Ihre Aufgabe bestand darin, für die Druckschriftenpropaganda geeignetes Fotomaterial zusammenzustellen, sowie Filme für Vortragsreihen und

---

<sup>12</sup> F. Dahlhaus, Möglichkeiten und Grenzen auswärtiger Kultur- und Pressepolitik dargestellt am Beispiel der deutsch-türkischen Beziehungen 1914-1928, Frankfurt a. M. 1990, S. 228

<sup>13</sup> K. Eppstein, Matthias Erzberger, S. 116-137

<sup>14</sup> S. Kestler, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 55

<sup>15</sup> Zu weiteren Mitarbeitern siehe J. Wilke, Deutsche Auslandspropaganda, S. 86/87

<sup>16</sup> Es handelt sich hierbei um das Auswärtige Amt, das Kriegsministerium und das Reichsmarineamt.

<sup>17</sup> J. Wilke, Deutsche Auslandspropaganda, S. 87/88

<sup>18</sup> J. Albes, Worte wie Waffen, S. 92

Vorfürungen zu archivieren.<sup>19</sup> In der Versendungsstelle schließlich war die logistische Kompetenz zusammengefasst. Ihr oblag der Vertrieb ins europäische Ausland und nach Übersee. Die Zustellung des Materials erfolgte auf Grundlage einer voluminösen zweiteiligen Adresskartothek, die u. a. auf 286 Empfänger in der Türkei hinweist.<sup>20</sup> Die Mehrheit der Adressen deuten auf Empfänger im neutralen Ausland hin, womit offenkundig wird, auf welche übergeordneten Ziele sich die deutsche Auslandspropaganda in ihrer Arbeit konzentrierte.<sup>21</sup>

Für die Auslandsaufklärung ist die Druckschriftenpropaganda von herausragender Bedeutung. Das belegt eine Analyse der Propagandamittel, die der ZfA zur Verfügung standen. Aus Platzgründen wird hier nur eine kleine Auswahl der wichtigsten Propagandamedien vorgestellt.<sup>22</sup> Hier sind zunächst die Druckschriften zu nennen. Mit der von Erzberger redigierten „Kriegs-Chronik“ und dem „Illustrierten Kriegs-Kurier“, für welche die Zentralstelle redaktionell verantwortlich zeichnete, sind neben „Der große Krieg in Bildern“, welcher vom Deutschen Überseedienst herausgegeben wurde, die wichtigsten Periodika genannt. Darüber hinaus gelangte die „Continental Times“ als rein fremdsprachige Zeitschrift zu einiger Bedeutung. Zu den nicht periodischen Druckschriften, die vertrieben wurden, gehören die von amtlicher Seite herausgegebenen Farbbücher, die die internationale Öffentlichkeit über die Ursachen des Krieges aus deutscher Sicht aufklären sollten. Des Weiteren gelangten Romane, Gedichtsbände und andere Formen der Unterhaltungsliteratur, die für Propagandazwecke geeignet erschienen, über die ZfA ins Ausland.<sup>23</sup>

Einen großen Teil des gedruckten Propagandamaterials machen Flugschriften und Flugblätter aus, die neben der Pressepropaganda die verbreitetste Form der Informationsvermittlung darstellt. Weiterhin spielt die Film- und Bildpropaganda eine große Rolle. Den Bildern wurde seitens der

---

<sup>19</sup> *J. Wilke*, Deutsche Auslandspropaganda, S. 90/91

<sup>20</sup> Ebd., S. 92

<sup>21</sup> Siehe Kapitel 2

<sup>22</sup> Eine vollständige Zusammenstellung bietet: Alphabetisches und systematisches Verzeichnis der von der Zentralstelle für Auslandsdienst vom Oktober 1914 bis Ende März 1918 verbreiteten Drucksachen, o. O., o. J. (Wahrscheinlich Berlin 1918)

<sup>23</sup> *J. Wilke*, Deutsche Auslandspropaganda, S. 94-97

Betrachter ein hohes Maß an Authentizität zuerkannt.<sup>24</sup> Sie haben darüber hinaus den Vorteil, dass Inhalte vermittelt werden können, ohne dass es einer schriftlichen Erläuterung bedarf. Weshalb sich dieses Medium besonders zum Einsatz in Ländern mit hoher Analphabetenquote eignet. Schließlich organisierte die Zentralstelle verschiedene Vortragsveranstaltungen für ausländische Korrespondenten im Deutschen Reich. Im Ausland wurde zudem Kulturpropaganda in Form von Konzert-, Theater- und Variétéveranstaltungen betrieben. Sogar von der Inszenierung von Modeschauen wird berichtet.<sup>25</sup> Im Rahmen weiterer Umstrukturierungs- und Zentralisierungsmaßnahmen wurde die ZfA zergliedert und schließlich als eigenständige Abteilung 1917 aufgelöst und in die Nachrichtenabteilung des Auswärtigen Amtes integriert.<sup>26</sup>

Trotz der hohen Propagandaaktivitäten wurde die Arbeit der ZfA häufig kritisiert. Es ist aus nahe liegenden Gründen kaum möglich nachzuvollziehen, welche Wirkung die Propaganda entfaltete, zumal die Zentralstelle in verschiedenen Ländern gleichzeitig aktiv war. Das gilt aus Mangel an zeitgenössischen empirischen Untersuchungen für die Wirkungsgeschichte der Propaganda im Ersten Weltkrieg allgemein. Allenfalls können die im Ausland hervorgerufenen Reaktionen zur Einschätzung der Effekte herangezogen werden.<sup>27</sup> Neben der Wirkungslosigkeit der Propaganda wurde oft die mangelnde Kooperation mit anderen Propagandastellen im In –und Ausland, welche als Multiplikatoren dienten, moniert, sowie das Fehlen einer zentralen Steuerung des Auslandspropagandawesens. Nicolai bezeichnet die Arbeit der ZfA als „der deutschen Sache eher schädlich“ und „nicht geeignet, der feindlichen Propaganda beizukommen.“<sup>28</sup> Womit das Arbeitsfeld Abwehr und Gegenpropaganda der ZfA in den Mittelpunkt der Kritik rückt. Rohrbach hingegen führt die innere Organisation der ZfA als einen Hauptgrund für das Scheitern der Zentralstelle an: „Schon nach wenigen Monaten empfand ich die

---

<sup>24</sup> F. Kämpfer, Propaganda. Politische Bilder im 20. Jahrhundert. Bildkundliche Essays, Hamburg 1997, S. 34-36; Neuerdings auch T. Eisermann, Pressephotographie und Informationskontrolle im Ersten Weltkrieg. Deutschland und Frankreich im Vergleich, Hamburg 2000

<sup>25</sup> J. Albes, Worte wie Waffen, S. 99 f.; K. Koszyk, Deutsche Pressepolitik, S. 246

<sup>26</sup> J. Wilke: Deutsche Auslandspropaganda, S. 119-122

<sup>27</sup> Einen Zugang dazu bietet die Zeitungspropaganda. Anhand von Pressefehden lässt sich, wenn auch nur begrenzt, die Wirkung von Propagandakampagnen in den verschiedenen Blättern nachvollziehen.

<sup>28</sup> W. Nicolai, Nachrichtendienst, S. 86 f.

Mängel in der völlig zersplitterten Organisation des deutschen Auslands-Pressedienstes so stark, dass ich ausscheiden wollte.“<sup>29</sup>

Des Weiteren wirkte sich die nicht immer glückliche Auswahl des Personals, sowie wachsende Einflussnahme der OHL negativ auf die Auslandspropaganda und die Erfolgsaussichten der ZfA aus. Verschärfend kommt hinzu, dass der Auslandspropaganda mehr noch als der Öffentlichkeitsarbeit im Innland eine kohärente Strategie, ein geschlossenes Konzept fehlte. Ferner machte sich das Fehlen von Kenntnissen über die inneren Verhältnisse der agitierten Staaten bemerkbar, besonders hinsichtlich der Geistesströmungen der verschiedenen Bevölkerungsgruppen.<sup>30</sup>

### 3. 2. Private Propagandastellen.

Neben den amtlichen und halbamtlichen Propagandainstitutionen, wäre die deutsche Auslandsaufklärung ohne private Initiativen in den betriebenen Dimensionen undenkbar gewesen. Im Folgenden werden drei im Hinblick auf die Propaganda des Reiches im Nahen Osten wichtige Einrichtungen vorgestellt.

#### 3. 2. 1. Die Deutsche Überseedienst Transocean GmbH.

Die Deutsche Überseedienst Transocean GmbH ging im Mai 1915 aus dem im Vorjahr konstituierten Syndikat Deutscher Überseedienst hervor, sowie aus verschiedenen kleineren Nachrichtenbüros.<sup>31</sup> Mit Hilfe des Deutschen Überseedienstes sollte eine von den internationalen Kartellverträgen unabhängige deutsche Nachrichtenagentur aufgebaut werden.<sup>32</sup> Das Syndikat war zunächst als privatwirtschaftliches Finanzierungsinstrument der amtlich kontrollierten Nachrichtendienste für das Ausland konzipiert worden. Der von Interessen der rheinisch-westfälischen Schwerindustrie dominierte Deutsche Überseedienst Transocean betrieb seit seiner Gründung eine aktive

---

<sup>29</sup> P. Rohrbach, Um des Teufels Handschrift. Zwei Menschenalter erlebter Weltgeschichte, Hamburg 1953, S. 197

<sup>30</sup> J. Wilke, Deutsche Auslandspropaganda, S. 124/125

<sup>31</sup> J. Kloosterhuis, „Friedliche Imperialisten“, S. 431-433; C. Klee, Die Transocean GmbH, in: J. Wilke (Hg.), Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen, S. 135-211

<sup>32</sup> J. Albes, Worte wie Waffen, S. 104

Wirtschafts- und Kulturpropaganda mit Schwerpunkt auf das neutrale Ausland. Er bediente sich dabei im wesentlichen der Subventionierung, dem Aufkauf und der Neugründung von Zeitungen vor Ort, einer dominierenden Praktik in der Beeinflussung der internationalen Öffentlichkeit.<sup>33</sup> Gemeinsam mit der Nachrichtenstelle für den Orient gab der Deutsche Überseedienst den von ihm redigierten „Großen Krieg in Bildern“ in türkischer, arabischer und persischer Sprache heraus.<sup>34</sup>

Im Herbst 1916 eskalierten die Spannungen um die künftige Ausrichtung des Überseedienstes zwischen den beteiligten Interessengruppen aus Wirtschaft und Politik, namentlich des Auswärtigen Amtes. Es kam zur Spaltung der Einrichtung in die weiterhin industriell dominierten Deutschen Überseedienst GmbH und die regierungsnahen Transocean GmbH. Erstere blieb für die Wirtschaftspropaganda in Übersee und Nahost zuständig. Zu diesem Zweck wurden verschiedene Funkdienste eingerichtet. So etwa der „Tausend-Worte-Dienst“, dessen Meldungen auch in der türkischen Presse wiedergegeben wurde.<sup>35</sup>

Im Jahre 1917 übernahm der Überseedienst die Leitung der Nachrichtensaalorganisation, deren Funktion für die Orientpropaganda noch eingehend zu erörtern sein wird. Die Transocean GmbH beschränkte sich fortan auf die Betreuung der deutschen Nachrichtendienste für den Bereich des Nahen Ostens und den Vertrieb von Kriegsbildern aller Art in das neutrale Ausland.

### 3. 2. 2. Die Balkan-Orient-Film GmbH.

Die Gründung der Balkan-Orient-Film GmbH im Dezember 1916 geht auf die Initiative Freiherr Max von Oppenheims zurück.<sup>36</sup> Jener für die Orientpropaganda des Reiches so immens wichtige Diplomat konnte das Auswärtige Amt von der Notwendigkeit einer an den regionalen Bedürfnisse des Nahen Ostens orientierten Filmpropagandastelle überzeugen. Im darauf folgenden Jahr geriet die von J. Schumacher geschäftsführend geleitete

---

<sup>33</sup> S. Kestler, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 41

<sup>34</sup> Ebd., S. 42

<sup>35</sup> J. Albes, Worte wie Waffen, S. 106

<sup>36</sup> Dazu J. Kloosterhuis, „Friedliche Imperialisten“, S. 447/448

Einrichtung in direkte Abhängigkeit der Deutschen Lichtbildgesellschaft, welche hauptsächlich unter dem Einfluss des deutschen Großkapitals von Industrie und Finanzwirtschaft stand, ohne das größere Filmprojekte hätten verwirklicht werden können.

### 3. 2. 3. Die Deutsch-Türkische Vereinigung (DTV).

Bei der Deutsch-Türkischen Vereinigung, die aus dem 1912 eingesetzten „Ausschuss zur Begründung einer Deutsch-Türkischen Hochschule“ hervorging, handelt es sich um die bedeutendste und wohl aktivste private Propagandastelle für den Orient. Im Gegensatz zu den zuvor genannten Einrichtungen lag der ausdrückliche Schwerpunkt der Tätigkeit der DTV auf dem Gebiet der Kulturpropaganda, um dem vorherrschenden französischen Einfluss auf diesem Gebiet in der Türkei ein deutsches Pendant entgegenzusetzen. Vor Ausbruch des Krieges konzentrierte sich die von Ernst Jäckh initiierte Einrichtung, nach ihrer Gründung am 11. Februar 1914, auf den Ausbau und die Förderung des deutschen kulturellen Einflusses im türkischen Bildungssektor. Zur Verbreitung des kulturellen Einflusses sollten deutsche Propagandaschulen nach französischem Vorbild in großen türkischen Städten eröffnet werden mit dem Ziel, den Schülern im Unterricht die Vorzüge deutscher Kultur- und Wertvorstellungen zu vermitteln. Nach längeren Meinungsverschiedenheiten über den Standort der geplanten Bildungsstätte zwischen dem oben genannten Ausschuss und der deutschen Botschaft in Konstantinopel fand man im Oktober 1913 zu einem Kompromiß, der die Errichtung einer deutschen Mittelschule in Adana vorsah. Für die finanzielle Sicherstellung des Unternehmens versprach Jäckh Sorge zu tragen, und kündigte dafür die Gründung eines Vereines an.<sup>37</sup>

Geleitet von dem Schlagwort „Handel folgt Sprache“ warb Jäckh außerordentlich erfolgreich um finanzielle Unterstützung in Wirtschaftskreisen, sowie beim gut situierten Bildungsbürgertum. Überzeugend wirkte namentlich auf erstgenannte Unterstützer das Argument des Orientspezialisten, dass „nirgends [...] mit moralischen Eroberungen so sicher wirtschaftlicher Gewinn und politischer Einfluss Hand in Hand [geht; d.

---

<sup>37</sup> J. Kloosterhuis, „Friedliche Imperialisten“, S. 599

Verf.] wie im Orient.“<sup>38</sup> Bis zum Februar 1914 konnte Jäckh 400.000 Reichsmark zusammentragen, die als Gründungsetat für den geplanten „Deutsch-Türkischen Schulverein“, wie die DTV ursprünglich genannt werden sollte, vorgesehen waren. Die DTV wurde nicht nur finanziell von der deutschen Finanzwirtschaft getragen, sondern auch organisatorisch durch ihre Repräsentanten geprägt. Der Vorstand des Vereins war vom Banksektor dominiert. Im ersten Jahr führte Karl Helfferich, der Direktor der Deutschen Bank, den Vorsitz des Vereins. Ihm folgten nacheinander A. v. Gwinner und R. v. Koch ebenfalls von der Deutschen Bank auf diesem Posten. Die Funktion eines Stellvertretenden Vorsitzenden übernahm Hjalmar Schacht von der Dresdner Bank. In den übrigen Gremien waren Vertreter von Banken, Wirtschaft und Wissenschaft in etwa zu gleichen Teilen vertreten. Die Leitung der Geschäftsführung und somit die Führung der eigentlichen Planungsabteilung der DTV übernahm Jäckh persönlich.<sup>39</sup>

Vor einem solchen finanziellen und strukturellen Hintergrund gelang es der DTV bald, das geplante Schulprojekt in der Türkei voranzubringen. In diesem Sinne sieht die Satzung der DTV, welche vom Auswärtigen Amt festgelegt wurde vor, dass der Türkei „die Errungenschaften der deutschen Wissenschaft“ mittels von Erziehungs- und Fürsorgeinstitutionen, besonders in Bildungsstätten unterschiedlicher Schulform und in der Unterhaltung von Krankenhäusern, vorzuführen sind.<sup>40</sup> Bis zum Kriegsausbruch war die DTV vornehmlich damit beschäftigt, weitere Mitglieder und somit Geldquellen für den Aufbau der Schule in Adana zu erschließen und das Projekt vor Ort zu betreuen. Die DTV entwickelte sich unbeschadet ihres privaten Charakters bereits in ihrer Frühphase zum wichtigsten kulturpolitischen Instrument der Regierung für den Orient.<sup>41</sup> Auch im Krieg kam der Deutsch-Türkischen Vereinigung im Rahmen der Auslandsaufklärung große Bedeutung zu, wie an späterer Stelle zu berichten sein wird.

---

<sup>38</sup> Zitiert nach Ebd., S. 600

<sup>39</sup> Zur personalstarken Besetzung der Führungsgremien siehe *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“, S. 595

<sup>40</sup> Ebd., S. 601

<sup>41</sup> *L. Rathmann*, Stoßrichtung Nahost 1914-1918. Zur Expansionspolitik des deutschen Imperialismus im Ersten Weltkrieg, Berlin 1963, S. 184

### 3. 3. Militärische Propagandastellen.

Der Haupteinfluß der Militärführung machte sich im Presse- und Zensurwesen innerhalb des Deutschen Reiches bemerkbar. Der militärische Einfluss auf die Auslandspropaganda ist spürbar, nimmt sich aber in der ersten Kriegshälfte dagegen vergleichsweise gering aus, weshalb sich hier auf einen kurzen Überblick über die militärischen Propagandastellen beschränkt werden kann.

#### 3. 3. 1. Die Abteilung III b beim Großen Generalstab des Feldheeres.

Verschiedene Abteilungen des Heeres waren mit Presse-, Propaganda- und Spionageaufgaben betraut. Die wohl wichtigste ist die Abteilung III b beim Großen Generalstab des Feldheeres. Diese Abteilung war in vier autarke Ressorts untergliedert; Presse, Propaganda, Abwehr und Nachrichtendienst. Im Jahre 1913 übernahm Major Walther Nicolai die Leitung der (Nachrichten-) Abteilung III b. Die Abteilung war für den Presseverkehr zwischen Feld und Heimat zuständig und hatte damit eine wichtige Funktion im Prozess der Informationskontrolle und Meinungslenkung inne. Ihre Aufgabe bestand des Weiteren in Spionage und Spionageabwehr sowie Propagandatätigkeiten innerhalb der eigenen und der gegnerischen Heeresverbände<sup>42</sup>. Für die deutsche Orientpropaganda ist die von Nicolai angeregte Einrichtung der Sektion Politik bei der Nachrichtenabteilung des Großen Generalstabs von Relevanz. Unter der Führung ihres Abteilungsleiters Rudolf Nadolny, der aufgrund seiner diplomatischen Erfahrungen als Vertreter des Auswärtigen Amt auf diesen Posten berufen wurde, war die Sektion Politik für die Betreuung und Koordination von Geheimoperationen verantwortlich.<sup>43</sup> Ein Schwerpunkt ihrer geheimdienstlichen Tätigkeit lag im Nahen Osten und in Osteuropa. Gemeinsam mit der NfO wurden Unternehmen zur Realisierung der Insurrektionspläne organisiert und durchgeführt.

---

<sup>42</sup> Zu den Aufgaben im einzelnen siehe *S. Kestler*, *Deutsche Auslandsaufklärung*, S. 71/72

<sup>43</sup> *F. Fischer*, *Griff nach der Weltmacht*, S. 111; *R. Nadolny*, *Mein Beitrag*, S. 85 ff

### 3. 2. 2. Die Militärische Abteilung des Auswärtigen Amtes (MAA).

Die Einrichtung der MAA am 1. Juli 1916 ist das Ergebnis anhaltender Zentralisierungsbemühungen im Propagandawesen und bedeutet zugleich die Installation eines militärischen Lenkungsinstrumentes für die ausländische Presse. Sie wurde auf Druck Falkenhayns dem Auswärtigen Amt eingegliedert.<sup>44</sup> Zu ihrem Leiter wurde der Oberst Hans v. Haefen bestimmt. Obwohl es sich hierbei um eine militärische Einrichtung handelt, behielt die Ziviladministration des Auswärtigen Amtes die generelle Zuständigkeit für die Auslandspropaganda. Zu den Hauptaufgaben der MAA gehörte die Einflussnahme auf die ausländische Presse, um eine explizierte militärische Auslandspropaganda über die tägliche Bekanntgabe der Heeresberichte hinaus zu gewährleisten. Man bemühte sich um gute Kontakte zu den Pressevertretern. So wurden diese beispielsweise zu Studienfahrten an die Front und durch Deutschland eingeladen.<sup>45</sup> Darüber hinaus verfügte die MAA über eigene Telegramm- und Funkdienste und eine „Militärische Film und Photostelle“, deren Exponate der ausländischen Presse zur Verfügung gestellt wurden. Über den „Tausend-Worte-Dienst“ wurden die Mitteilungen der MAA in den Nahen Osten und den Balkanraum übermittelt.

Einen weiteren Schritt zur Konzentration der Auslandspropaganda unter militärischer Kontrolle stellt die im Juli 1918 von Ludendorff angeordnete Überstellung der MAA in den Etat des preußischen Kriegsministeriums dar, woraufhin die Umbenennung der Behörde in Auslandsabteilung der Obersten Heeresleitung (Ohla) erfolgte.<sup>46</sup>

### 3. 3. 3. Das Bild- und Filmamt (BuFA).

Dem bereits angesprochenen Bedeutungszuwachs visueller Propagandamedien entsprach die Gründung des Bild- und Filmamtes (BuFA) am 30. Januar 1917.<sup>47</sup> Hierbei handelt es sich um einen Versuch, die mit Film- und Bildpropaganda befassten Kräfte unter militärischer Leitung zu konzentrieren.

---

<sup>44</sup> S. Kestler, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 74; Ausführlich dazu M. Creutz, Pressepolitik, S. 137-164

<sup>45</sup> S. Kestler, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 74

<sup>46</sup> Ebd., S. 78

<sup>47</sup> M. Creutz, Pressepolitik, S. 166 f.

Neben der Zusammenfassung und Koordination regierungseigener und militärischer visueller Berichterstattung produzierte das BuFA Propagandafilme, die für das In- und Ausland bestimmt waren. Des Weiteren war das Amt mit der Vervielfältigung von Bild- und Filmmaterial beauftragt, wie beispielsweise der Wochenschauen. Über eigens eingerichtete Auslandsniederlassungen versuchte man stärkeren Einfluss auf die öffentliche Meinung in den neutralen und verbündeten Staaten auszuüben.

Trotz der weiten Verbreitung der BuFA-Produktionen im Ausland blieb der Propagandaerfolg hinter den Erwartungen zurück. Neben inhaltlichen Defiziten liegt ein Grund dafür im, für das Publikum offensichtlichen, offiziellen Charakter der BuFA. Die Propagandaabsichten der Vorführungen wurden durch den Herkunftsnachweis entlarvt.<sup>48</sup> Nichtsdestotrotz war die visuelle Propaganda von hoher Bedeutung, weil auf diese Weise deren Inhalte Bevölkerungsschichten zugänglich gemacht wurden, die aufgrund ihres niedrigeren Bildungsniveaus des Lesens nicht mächtig waren.

---

<sup>48</sup> S. Kestler, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 84

#### 4. Die deutsch-türkischen Beziehungen vor dem Ausbruch des Weltkrieges und die Anfänge deutscher Kulturarbeit.

##### 4. 1. Das bilaterale Verhältnis.

Propaganda dient keinem Selbstzweck, sondern als flankierende Maßnahme zur Durchsetzung politischer Interessen. Die inhaltliche Ausrichtung ist von der jeweiligen Zielgruppe und den vorherrschenden politischen Konstellationen im situativen Kontext abhängig. In diesem Abschnitt werden die deutsch-türkischen Beziehungen bis zum Vorabend des Ersten Weltkrieges betrachtet, welche den substantiellen Rahmen deutscher Propaganda mit beeinflussen. Die deutsch-türkischen Beziehungen in der Vorkriegszeit sind von häufigem Wandel gekennzeichnet. Die Ära Bismarck kann als eine Phase demonstrativen kolonialen Desinteresses Deutschlands am Osmanischen Reich gewertet werden, während die übrigen europäischen Großmächte, allen voran England und Frankreich, ihre imperialistischen Aktivitäten in der Region forcierten. In einer zur Berühmtheit gelangten Reichstagsrede beschrieb Bismarck sein orientpolitisches Credo mit den Worten: „Ich will zu aktiver Beteiligung Deutschlands an den orientalischen Dingen nicht raten, solange ich darin kein Interesse sehe, das auch nur die gesunden Knochen eines einzigen pommerschen Musketiers wert wäre.“<sup>1</sup> Das Osmanische Reich spielte in Bismarcks politischem Kalkül insofern eine Rolle, als dass die Ablenkung auftretender Konflikte zwischen den Großmächten an die Peripherie, die Konsolidierung des Deutschen Reiches als europäische Großmacht ermöglichen sollte.<sup>2</sup>

In diesem Sinne beschränkte sich das deutsche Engagement in der Orientpolitik darauf, die Herrschaft des Sultans aufrecht zu erhalten. Diese Doktrin galt nicht nur für den Kern des Osmanischen Reiches, sondern auch für dessen afrikanische und arabische Besitzungen. Infolge der deutsch-russischen Spannungen nach dem Berliner Kongress suchte Bismarck die Unterstützung des Osmanischen Reiches als Bündnispartner neben Österreich-Ungarn. In der Absicht den erhofften Bündnispartner militärisch zu

---

<sup>1</sup> Zitiert nach *G. Hagen*, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 9

<sup>2</sup> *W. J. Mommsen*, Ägypten und der Nahe Osten in der deutschen Außenpolitik 1870-1914, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat, S. 140-181, S. 145

reorganisieren, gab der Reichskanzler seine Zustimmung zur Entsendung einer deutschen Militärmission an den Bosphorus.<sup>3</sup> Mit dem Erwerb der Konzession für den Bau der Anatolischen Eisenbahn 1888 und dem Abschluss eines deutsch-türkischen Handelsvertrages 1890 rückte das Osmanische Reich zunehmend in den Mittelpunkt wirtschaftsimperialistischen Interesses des Deutschen Reiches.<sup>4</sup> Begünstigt durch das Misstrauen des Sultans Abdül Hamit II. gegenüber England, Frankreich und Russland, bei zugleich guten Beziehungen zu Wilhelm II., gelangte das Deutsche Reich bis zur Jahrhundertwende zu einigem wirtschaftlichen und politischen Einfluss im Osmanischen Reich, welches nunmehr den Focus imperialistischer Begehrlichkeiten in Wirtschafts- und Regierungskreisen sowie großer Teile der Bevölkerung darstellte.<sup>5</sup> Diese ragten sich insbesondere um die Perspektiven, die der Bagdadbahnbau eröffnete.

Der Besuch des Kaisers in Damaskus 1898 markiert den Höhepunkt der Beziehungen vor 1914. Wilhelm II. dient sich in einer oft zitierten Ansprache den Türken als uneigennütziger Freund des Sultans und von 300 Millionen Mohammedanern an.<sup>6</sup> Zweifel an der Aufrichtigkeit der Worte des Kaisers sind berechtigt, denn die deutsche Regierung machte keine Anstalten, als Sachwalter türkischer Interessen aufzutreten. Berlin verzichtete im Gegenteil auf jegliche substantielle politische Unterstützung für das Osmanische Reich in der Folgezeit. Als beispielsweise Österreich-Ungarn 1908 Bosnien und die Herzegowina annektierte, sah sich die kaiserliche Regierung nicht veranlasst, zu Gunsten der Türken mäßigend auf seinen Bündnispartner einzuwirken.<sup>7</sup> Ähnliches gilt für die Besetzung Libyens durch Italien im Jahre 1911. Als das Osmanische Reich infolge der Balkankriege erneut unter Druck geriet, bemühten sich die Deutschen gar um eine günstige Ausgangsposition in den Teilungsplanspielen der Großmächte hinsichtlich des

---

<sup>3</sup> *W. v. Kampen*, Studien zur deutschen Türkeipolitik in der Zeit Wilhelm II., Kiel 1968, S. 17 f.; *J. L. Wallach*, Anatomie einer Militärhilfe. Die preußisch-deutschen Militärmissionen in der Türkei 1835-1919, Düsseldorf 1976, S. 54-107

<sup>4</sup> Vgl. dazu *G. Schöllgen*, „Dann müssen wir uns aber Mesopotamien sichern!“ Motive deutscher Türkeipolitik in der Zeit Wilhelm II. in zeitgenössischen Darstellungen, in: *Saeculum*, Bd. 32, 1981, S. 130-145

<sup>5</sup> *W. J. Mommsen*, Ägypten und der Nahe Osten, S. 158/159; *W. v. Kampen*, Studien zur deutschen Türkeipolitik, S. 281-305

<sup>6</sup> *E. Johann*, Reden des Kaisers. Ansprachen, Predigten und Trinksprüche Wilhelm II., München<sup>2</sup> 1972, S. 81

<sup>7</sup> *W. v. Kampen*, Studien zur deutschen Türkeipolitik, S. 70-77

türkischen Kernlandes.<sup>8</sup> Es ließe sich eine Fülle weiterer Beispiele für die Unaufrichtigkeit der deutschen Freundschaftsbekundungen aufführen. Dass das Deutsche Reich 1909/10 ein türkisches Bündnisangebot ausschlug, mag angesichts der Schwäche des Osmanischen Reiches verständlich erscheinen. Im Zusammenhang mit dem beschriebenen Verhalten der deutschen Regierung wird aber deutlich, dass man nicht ernsthaft daran dachte, sich an die *mohammedanischen Freunde* zu binden.

Infolge dieser Entwicklung kam es zu Spannungen im bilaterale Verhältnis, welches sich spürbar abkühlte. Die Türkei suchte nach Anlehnung bei den übrigen europäischen Großmächten.<sup>9</sup> Nach vollzogener wirtschaftlicher und politischer Annäherung an die Ententestaaten in der unmittelbaren Vorkriegszeit, deutete kaum mehr etwas auf eine deutsch-türkische Allianz hin. Das es dennoch zu einem Bündnisabschluß kam, liegt einerseits in den wirtschaftlichen und politischen Interessen des Kaiserreiches begründet<sup>10</sup> und andererseits in der Unterstützung, die Deutschland bei gewichtigen Vertretern in der türkischen Regierung auch noch nach der Jungtürkischen Revolution genoss. Für die Türken war der Umstand entscheidend, dass sie mit ihrem Werben um einen zuverlässigeren Bündnispartner scheiterten.<sup>11</sup> In den zahlreichen Spannungen im deutsch-türkischen Verhältnis vor und während des Krieges und der daraus resultierenden Fragilität des Bündnisses, ist eine Ursache für die intensive Propagandatätigkeit des Deutschen Reiches im Nahen Osten zu erblicken.

#### 4. 2. Die Anfänge deutscher Kulturarbeit.

Die Propagandaverantwortlichen trafen zu Beginn des Krieges auf nur in Ansätzen vorhandene Strukturen auswärtiger Öffentlichkeitsarbeit in der Türkei. Die deutsche Regierung hat im Vergleich zu den übrigen europäischen Großmächten, namentlich Frankreich, welches den vorherrschenden kulturellen Einfluss am Bosphorus ausübte, erst spät den Wert amtlicher

---

<sup>8</sup> W. v. Kampen, Studien zur deutschen Türkeipolitik, S. 36-38

<sup>9</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 15

<sup>10</sup> W. v. Kampen, Studien zur deutschen Türkeipolitik, S. 305-318

<sup>11</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 15

auswärtiger Kulturpolitik erkannt.<sup>12</sup> Die Öffentlichkeitsarbeit war zumeist privat im Umfeld der in der Türkei engagierten Wirtschaftsunternehmen organisiert und inhaltlich dementsprechend ausgerichtet. Die Deutsch-Türkische Vereinigung<sup>13</sup>, die auf Initiative der deutschen Botschaft in Konstantinopel und führender Wirtschaftsunternehmen im Februar 1914 gegründet wurde, avancierte im Weltkrieg zu einer der bedeutendsten Propagandaorganisationen.<sup>14</sup>

Der zweite Pfeiler deutscher Einflussnahme auf die öffentliche Meinung in der Türkei bestand vor 1914 in der Pressepolitik.<sup>15</sup> Im Jahre 1908 wurde in Berlin, von amtlicher Seite inspiriert, der als Tageszeitung konzipierte „Osmanische Lloyd“ als Reaktion auf die spürbare Verschlechterung des türkischen Deutschlandbildes nach der Jungtürkischen Revolution, mit finanzieller Unterstützung aus Unternehmer- und Bankierskreisen, gegründet.<sup>16</sup> Man entschied sich für eine zweisprachige Ausgabe, in Deutsch und Französisch, und für Istanbul als Erscheinungsort. Damit verfügte die deutsche Reichsleitung über ein bis zum Kriegsbeginn durchaus wirksames und vom türkischen Bildungsbürgertum viel gelesenes politisches Lenkungsinstrument zur direkten Einflussnahme auf die öffentliche Meinung.<sup>17</sup> Zugleich sollte durch die Gründung des Osmanischen Lloyds versucht werden, die für Deutschland und das Wolffsche Telegraphenbureau (WTB) ungünstigen Wettbewerbsbedingungen auf dem Nachrichtenmarkt abzumildern, und somit eine Grundvoraussetzung auswärtiger Pressepolitik zu verbessern.<sup>18</sup>

---

<sup>12</sup> Vgl. hierzu den Briefwechsel zwischen Reichskanzler Bethmann Hollweg und dem Kulturhistoriker Lamprecht im Dezember 1913. Wiedergegeben bei *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“, S. 3-15

<sup>13</sup> Siehe Kapitel 3. 2. 3.

<sup>14</sup> Wie F. Dahlhaus betont, lag der Hauptfaktor deutschen kulturpolitischen Einflusses in der Türkei vor Kriegsbeginn auf dem Bildungssektor. *F. Dahlhaus*, Möglichkeiten und Grenzen, S. 81-99

<sup>15</sup> Siehe auch Kapitel 5. 3. 2. 2.

<sup>16</sup> Deutschland galt nunmehr als Vertreter der Autokratie, wohingegen die Jungtürken sich als Repräsentanten einer demokratischen Staatsordnung verstanden. Vgl. *I. Farah*, Pressepolitik und Propagandatätigkeit, S. 19

<sup>17</sup> Vgl. dazu die bei Dahlhaus zitierten Äußerungen von Kurt Riezler. *F. Dahlhaus*, Möglichkeiten und Grenzen, S. 107

<sup>18</sup> Monopolmacht auf dem türkischen Nachrichtenmarkt besaßen durch die Kartellverträge von 1910 die Engländer (Reuters), die Franzosen (Havas) und die Österreicher (Telegraphen-Korrespondenz-Bureau). Vgl. *I. Farah*, Pressepolitik und Propagandatätigkeit, S. 65-77

Mit dem Amtsantritt Bülow's hielt ein neues pressepolitisches Credo Einzug in die Informationspolitik gegenüber dem Ausland, deren Wert in zunehmenden Maße anerkannt wurde. Eine zentrale Bedeutung in der Pressebeeinflussung des Nahen Ostens kommt seither der Botschaft in Konstantinopel zu. Über den deutschen Vertreter versuchte die Reichsregierung, politischen und materiellen Einfluss auf die internationalen Nachrichtenagenturen und deren Korrespondenten zu gewinnen, oder wenigstens eine allzu einseitige tendenziöse Berichterstattung zum Schaden des Deutschen Reiches zu verhindern. Man bediente sich abgesehen von der Neugründung von Zeitungen weiterer üblicher Methoden der Presselenkung. Einerseits wurden Kontakte zu Pressevertretern der wichtigsten Blätter hergestellt und gepflegt. Diese wurden des Weiteren, so gut es möglich war, mit Privilegien ausgestattet. So wurden beispielsweise loyale Journalisten bevorzugt mit Informationen versorgt. Andererseits bemühte man sich, durch finanzielle Unterstützung geeignet erscheinender einheimischer Blätter um eine deutschfreundliche Berichterstattung.<sup>19</sup> Auch durch die Lancierung einschlägiger Artikel in den subventionierten Blättern sollte ein positives Deutschlandbild gezeichnet werden.

Die Bemühungen, die Nachrichten aus dem Deutschen Reich dem Einfluss der ausländischen Agenturen zu entziehen und darüber hinaus einen vertraglich unabhängigen Nachrichtendienst einzurichten, führten 1910 zur Gründung eines Depeschendienstes in Syrien unter der Leitung des Chefredakteurs des Osmanischen Lloyds Grünwald.<sup>20</sup>

Es bleibt festzuhalten, dass das Deutsche Reich zu Kriegsbeginn in der Türkei über Strukturen für Öffentlichkeitsarbeit in Friedenszeiten verfügte. Wie leistungsfähig diese im Einzelnen waren, kann an dieser Stelle nicht eruiert werden. Man mußte sich in Berlin allerdings eingestehen, dass man über kein wirklich wirksames pressepolitisches Lenkungsinstrument verfügte. Angesichts der Ansprüche, die der Krieg im Orient an die Propaganda stellen würde, forcierte man bald nach Ausbruch der Kampfhandlungen den dafür notwendigen institutionellen Ausbau.

---

<sup>19</sup> *I. Farah*, Pressepolitik und Propagandatätigkeit, S. 78-84; *F. Dahlhaus*, Möglichkeiten und Grenzen, S. 102-107

<sup>20</sup> *I. Farah*, Pressepolitik und Propagandatätigkeit, S. 76/77

## 5. Die deutsche Propaganda im Orient.

Wie oben erwähnt, spielte der Nahe Osten, wozu aus funktionalen und inhaltlichen Gründen auch die Staaten Nordafrikas gezählt werden, eine entscheidende Rolle in den militärischen Planungen des Deutschen Reiches. In den folgenden Kapiteln werden im einzelnen die Ziele und Strukturen der deutschen Propaganda im Nahen Osten erläutert, an deren Gestaltung und Durchführung das Auswärtige Amt, die kaiserliche Botschaft in Konstantinopel sowie die Nachrichtenstellen für den Orient in Zusammenarbeit beteiligt sind. Der Schwerpunkt ist auf die Organisation, Zielsetzung und Tätigkeit der Nachrichtenstelle für den Orient zu legen. Auf diese Weise sollen die Propagandamechanismen verdeutlicht werden, sowie die Strategie der Kriegsführung, in welcher die Propaganda eine tragende Rolle spielt.

### 5. 1. Die Intentionen deutscher Kriegsführung in Nahost. Die Revolutionierung der islamischen Welt und die Gründung der Nachrichtenstelle für den Orient

Die Gründung der Nachrichtenstelle für den Orient hat ihre Ursache in den strategischen Nahostplänen der militärischen und zivilen Reichsleitung bei Kriegsbeginn. Daher ist es sinnvoll einer Strukturanalyse der Dienststelle, eine Erörterung der Zielsetzung voranzustellen, welche durch die Einrichtung der NfO verwirklicht werden sollte.

In fiktiven Szenarien eines zukünftigen europäischen Krieges griffen Militärstrategen wiederholt den Gedanken auf, die Kolonialmächte in ihren außereuropäischen Besitzungen anzugreifen.<sup>1</sup> In diesem Sinne sprach sich General Friedrich von Bernhardi dafür aus, die Kolonialbevölkerung zu insurgieren. „Der Gedanke ist nicht von der Hand zu weisen, dass Aufstandsversuche in Indien und Ägypten unternommen werden könnten, wenn Englands Kräfte durch einen großen europäischen Krieg auf längere Zeit

---

<sup>1</sup> Der Gedanke ethnische Minderheiten als Mittel der Kriegsführung zu insurgieren, wurde das erste Mal 1859 von Napoleon III. im Krieg gegen Österreich nachweislich geäußert. Vgl. dazu G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 30

gebunden wären.“<sup>2</sup> Bernhardis Aussage liegt die Erkenntnis zugrunde, dass die militärischen Kapazitäten des Kaiserreiches nicht ausreichen würden, die Kolonien direkt mit regulären Heeresverbänden anzugreifen. Daher gedachte man, die Bevölkerung als aktiven Faktor in die Kriegsführung mit einzubeziehen. Die Überlegungen gingen aber nicht soweit, als dass es zu einem konkreten Strategieentwurf gekommen wäre.

Es war der zu dieser Zeit der Kairoer Botschaft attachierte Baron von Oppenheim, der 1896 nachweislich als erster den Vorschlag unterbreitete, über die Inszenierung eines ğihāds die Revolutionierung der islamischen Bevölkerung im Orient zu provozieren. Er bezeichnete für den Kriegsfall den Sultan als wertvollen Bundesgenossen im Kampf gegen jene Staaten, in denen ein überwiegender Teil der Bevölkerung muslimischen Glaubens ist.<sup>3</sup> Achtzehn Jahre später nahm Oppenheim den Gedanken wieder auf.<sup>4</sup> Trotz mancher Zweifel der militärischen Führung überwog der Glaube an die Durchführbarkeit der Insurrektionsstrategie,<sup>5</sup> galt die Revolutionierung der vom islamischen Glauben dominierten Territorien mittels des Heiligen Krieges fortan als bedeutsame Taktik, von welcher sich im besonderen Maße kriegsentscheidende Wirkung versprochen wurde.<sup>6</sup> Somit ist festzustellen, dass der Grund für das deutsch-türkische Bündnis mit darin zu suchen ist, die Revolutionierung der orientalischen Staaten herbeizuführen. Diesbezüglich hoffte man, über ein Bündnis mit dem Sultan ein, freilich abstraktes, Bündnis mit der gesamten islamischen Glaubensgemeinschaft eingehen zu können, als dessen höchste Autorität der Sultan für sich Anerkennung einforderte.

---

<sup>2</sup> F. v. Bernhardi, *Deutschland und der nächste Krieg*, Stuttgart 1912, S. 165

<sup>3</sup> F. Fischer, *Griff nach der Weltmacht*, S. 111/112

<sup>4</sup> Die strittige Frage, ob es sich bei der Revolutionierungsstrategie um ein Kontinuum deutscher Orientpolitik seit Beginn der Ära Wilhelm II. handelt, wie es F. Fischer behauptet, oder ob es sich hierbei um eine eher spontane Reaktion der deutschen Regierung handelt, wie M. Kröger sie glaubt feststellen zu können, kann an dieser Stelle nicht abschließend beantwortet werden. Für Fischer spricht, dass die Idee der Insurrektion schon vor 1914 in Regierungs- und Militärkreisen erörtert wurde. Für die These Krögers könnte die bekannte Spontaneität und Sprunghaftigkeit des Kaisers in der Meinungsbildung sprechen. Vgl. F. Fischer, *Griff nach der Weltmacht*, S. 109ff; M. Kröger, *Revolution als Programm*, S. 372

<sup>5</sup> H. L. Müller, *Islam*, S. 201, bes. Anmerkung. 40

<sup>6</sup> M. Kröger, *Revolution als Programm*, S. 372/373

In den hektischen Tagen des Kriegsausbruches nahmen erste Insurrektionsunternehmen allmählich Gestalt an.<sup>7</sup> So forderte Wilhelm II. nachdem bekannt wurde, dass England sich nicht neutral erklären werde: „Unsere Konsuln in der Türkei und Indien, Agenten usw. müssen die ganze mohammedanische Welt gegen dieses verhaßte, verlogene, gewissenlose Krämervolk zu wilden Aufstand entflammen; denn wenn wir uns verbluten sollen, dann soll England wenigstens Indien verlieren.“<sup>8</sup>

Weniger von Rachedgedanken als von militärischem Kalkül ist das Diktum des Generalstabschefs von Moltke geprägt, nachdem der Bündnisabschluß mit der Türkei zustande gekommen war. „Es müssen Versuche gemacht werden, einen Aufstand in Indien zu entfalten, wenn England als unser Gegner auftritt. Dasselbe ist in Ägypten zu versuchen. [...] Persien ist aufzufordern, die günstige Gelegenheit zu benutzen, das russische Joch abzuschütteln und, wenn möglich, gemeinsam mit der Türkei vorzugehen.“<sup>9</sup> In einer Denkschrift vom 5. August 1914 verlieh er dieser Forderung gegenüber dem Auswärtigem Amt Nachdruck. „Von höchster Wichtigkeit ist [...] die Insurrektion von Indien und Ägypten, auch im Kaukasus. – Durch den Vertrag mit der Türkei wird das Auswärtige Amt in der Lage sein, diesen Gedanken zu verwirklichen und den Fanatismus des Islams zu erregen.“<sup>10</sup>

Auf der Suche nach geeignetem Personal zur Durchführung dieser Aufgabe erinnerte man sich im Auswärtigen Amt an den 1910 aus dem diplomatischen Dienst ausgeschiedenen Archäologen und Orientkenner Max von Oppenheim, welcher der Wilhelmstraße seine Rückkehr anbot. Mit der Autorität seiner doppelten Qualifikation ausgestattet, fanden seine Vorschläge im Ministerium breite Zustimmung.<sup>11</sup>

---

<sup>7</sup> Bereits am 16. August 1914 stellte Legationsrat von Prittwitz einen Bericht zur Übersendung ins Große Hauptquartier fertig, in welchem das Auswärtige Amt dem Militär einen „Überblick über die in der islamisch-israelitischen Welt eingeleitete Agitationstätigkeit“ bot. Das Dokument ist abgedruckt bei *E. Zechlin*, Friedensbestrebungen, S. 63/64

<sup>8</sup> *I. Geiss* (Hg.), Julikrise und Kriegsausbruch 1914, Bd. 2, Hannover 1964, S. 293, Nr. 698

<sup>9</sup> Zitiert nach *U. Gehrke*, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1, S. 22; Vgl. *K. Kautsky* (Hg.), Die deutschen Dokumente zum Kriegsausbruch, Bd. 3, Berlin 1927, S. 133-136, Nr. 662

<sup>10</sup> *K. Kautsky*, Deutsche Dokumente, Bd. 4, S. 94/95, Nr. 876

<sup>11</sup> Zur Person siehe *W. Caskel*, Max Freiherr von Oppenheim (1860-1946), in: Zeitschrift der Deutschen Morgenländischen Gesellschaft, Bd. 101, (NF, Bd. 26), 1951, S. 3-8; *R. L. Melka*, Max Freiherr von Oppenheim: Sixty Years of Scholarship and Political Intrigue in the Middle East, in: Middle Eastern Studies, Vol 9, 1973, S. 81-93; *W. Treue*, Max Freiherr von Oppenheim. Der Archäologe und die Politik, in: Historische Zeitschrift, Bd. 209, 1969, S. 37-

In seiner im Oktober 1914 verfassten und an den Unterstaatssekretär im Auswärtigen Amt, Arthur Zimmermann, gerichteten „Denkschrift betreffend die Revolutionierung der islamischen Gebiete unserer Feinde“, der sich nun zuzuwenden ist, unternimmt Freiherr Max von Oppenheim den Versuch einer Systematisierung, der diesbezüglich im Auswärtigen Amt eingegangenen Vorschläge und Initiativen, sowie der bereits angelaufenen Aktionen.<sup>12</sup> Weiterhin bietet die Denkschrift einen Organisationsentwurf für ein einzurichtendes Netzwerk von Nachrichtenstellen im Nahen Osten.<sup>13</sup> Die Denkschrift ist deshalb von großem Quellenwert, weil Oppenheims Vorschläge nahezu vollständig umzusetzen versucht wurden. Im Ganzen erarbeitet Oppenheim einen umfangreichen Maßnahmenkatalog für die verschiedenen Länder des Orients unter Berücksichtigung der spezifischen regionalen Verhältnisse. Das Memorandum behandelt neben der Türkei namentlich Ägypten, die islamischen Gebiete des Russischen Reiches, Persien, Afghanistan, Indien, sowie Marokko, Algerien, Tunesien und weitere nordafrikanische Gebiete.

Für die einzelnen Territorien werden zunächst Propagandaaktionen anempfohlen und darauf aufbauend Vorschläge zum militärischen Vorgehen unterbreitet, wobei „mit entsprechenden Abänderungen“ grundsätzlich in allen Ländern auf gleiche Weise vorzugehen ist. Dieser Umstand erlaubt eine Beschränkung auf einige repräsentative und signifikante Beispiele für geplante Propagandaaktionen und Methoden. Auf 136 Seiten entwirft Oppenheim ein Rahmenprogramm zur Inszenierung flächendeckender Volksaufstände in der islamischen Welt. Als Hauptvorbedingung für das Gelingen des Unternehmens sieht er „eine intensive Mitwirkung der Türken unter der Fahne des Sultan Chalifa, und zwar in zielbewußter Organisation“ an.<sup>14</sup> Die Insurrektion soll in zwei Schritten erfolgen. „Erstens Propaganda: Bekämpfung der systematisch von unseren Gegnern verbreiteten Falschmeldungen über die

---

74; *M. Stürmer/G. Teichmann/W. Treue*, Wägen und Wagen. Sal. Oppenheim jr. & Cie. Geschichte einer Bank und Familie, München/Zürich 1989

<sup>12</sup> Nach Schabinger wurde dem Kaiser durch Zimmermann die Denkschrift im November ins Große Hauptquartier zur Vorlage übersendet. *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 115

<sup>13</sup> Die Denkschrift wurde bislang nicht veröffentlicht und ist nur über das Politische Archiv des Auswärtigen Amtes zugänglich. Eine Mikrofilmkopie befindet sich im Besitz des Verfassers. Eine ausführliche Zusammenfassung des Dokumentes bietet *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 115-155; Siehe auch *H. L. Müller*, Islam, S. 196-204

<sup>14</sup> *M. v. Oppenheim*, Denkschrift, S. 1 (Hervorhebung im Original)

Kriegsentwicklung und richtige Aufklärung über die Kriegslage, sowie direkte Aufforderung zu Aufständen gegen unsere Feinde und Unterstützung von solchen.“ Der zweite Schritt wird durch „Kriegerisches Vorgehen der Türkei“ im Orient getätigt. Ohne militärisches Eingreifen der Türken sei „in gewissen Ländern, so in Egypten und in den russisch-islamischen Gebieten, an eine ernste Revolutionierung nicht zu denken.“<sup>15</sup> In erster Linie sollten sich die Insurrektionsbemühungen gegen England und Rußland richten, dann erst gegen Frankreich in Tunesien, Algerien und Marokko. Gegen England erscheint Oppenheim das „Vorgehen gegen Egypten und Indien [...] am wichtigsten.“ Gegen Rußland gerichtet erscheint dem Verfasser ein türkischer Landkrieg im Kaukasus am erfolgversprechendsten.<sup>16</sup> Die Türkei sei zur Erfüllung der ihr zugeordneten Aufgaben deutscherseits mit 100 Millionen Mark für „Propaganda und kriegerische Zwecke“ auszustatten.<sup>17</sup>

Ein eigenes Kapitel widmet Oppenheim der türkischen Revolutionierungspropaganda. Als Vorbereitung auf militärische Aktionen der Türkei, welche als „das beste Propagandamittel“ bezeichnet werden, hat eine „über die wahre Kriegslage aufklärenden und gleichzeitig auf die Erhebung gegen die Fremdherrschaft hinzielende Propaganda [unter den Muslimen; d. Verf.] einzusetzen“, in systematischer und zielbewusster Organisation. Größte Wirkung verspricht sich Oppenheim vom Panislamismus bzw. Pantürkismus, der Ideologie, die alle islamischen Territorien in einem Staat unter türkischer Herrschaft vereint sehen will, sowie von der Proklamation des Heiligen Krieges durch den Sultan, „sobald die Türkei losschlägt.“ Oppenheim will diesen Aufruf unbedingt eingegrenzt wissen, damit sich der Heilige Krieg nicht gegen die Gesamtheit der Nicht-Muslime richtet, sondern ausschließlich gegen die Angehörigen der Mächte der Entente. Des Weiteren würde auf diese Weise Spannungen im mischkonfessionellen Indien vorgebeugt werden.<sup>18</sup> Die türkische Propaganda solle zu diesem Zweck in Konstantinopel zentralisiert und unter deutsche Leitung gestellt werden, „allerdings in einer Weise, dass die Türken glauben, es stehe ihnen nur ein freundlicher Berater zur Seite und derart, dass sie sich nach wie vor als die eigentlichen Macher betrachten und

---

<sup>15</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 1 (Hervorhebung im Original)

<sup>16</sup> Ebd., S. 3/4

<sup>17</sup> Ebd., S. 5

<sup>18</sup> Ebd., S. 7

ausgeben können.“<sup>19</sup> Es ist in diesem Zusammenhang bemerkenswert, dass auch ein Mann mit den Informationen Oppenheims keine Kenntnis von Envers Geheimorganisation hatte, die ganz eigene politische und propagandistische Zielvorstellungen verfolgte.<sup>20</sup> Gleichwohl war er über türkische Propagandaaktivitäten und Einrichtungen informiert.<sup>21</sup> Ein deutscher Versuch Dominanz über die türkische Propaganda zu üben, bahnte Spannungen im bilateralen Verhältnis den Weg. Konfliktförderlich nimmt sich daher der Plan aus, „zwei oder drei, mit der panislamischen Aktion und den Propagandamöglichkeiten genau vertraute deutsche Herren“ nach Konstantinopel zu entsenden, um die Propagandastelle aus dem Hintergrund zu kontrollieren. Die islamischen Gebiete seien unter diesen Herren, die der kaiserlichen Botschaft zu unterstehen hätten, aufzuteilen. Für die Pilgerstädte Mekka, Medina und Djedda wollte Oppenheim eine eigene Propagandaorganisation eingerichtet sehen, die die Muslime während der anstehenden Pilgerfeste im Oktober und November agitiert.<sup>22</sup>

Die im Memorandum formulierte Strategie, wenn man die Zusammenstellung von Aktionsvorschlägen denn eine solche nennen kann, baut auf eine Fülle von recht naiv anmutenden Mutmaßungen und Unabwägbarkeiten, ist aber keineswegs als das Werk eines Dilettanten zu bezeichnen.<sup>23</sup> Der generellen Naivität hinsichtlich der Durchführbarkeit eines solchen Destabilisierungsunternehmens zum Trotz, wird aus dem Bericht ersichtlich, dass der Kölner Bankierssohn - im Gegensatz zu manch anderem Protagonisten der Insurrektionsidee - keineswegs davon überzeugt ist, dass der ğihād in allen Teilen der islamischen Welt problemlos zu verwirklichen ist. Er stellt fest, dass in allen Ländern eine grundsätzliche, mehr oder weniger stark ausgeprägte Unzufriedenheit mit der jeweiligen europäischen Besatzungsmacht herrscht, die aber für sich genommen nicht ausreicht,

---

<sup>19</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 8

<sup>20</sup> Gemeint ist die offiziell am 5. August 1914 gegründete Taškīlāt –i Mahsusa. Siehe H. L. Müller, Islam, S. 197/98. Der Autor bezeichnet die Organisation als den „persönlichen Geheimdienst des Kriegsministers“. Siehe Ebd., S. 202, Anmerkung 44; Stoddard nennt den Bund eine Kombination aus Guerilla-Organisation und Geheimdienst. P. H. Stoddard, The Ottoman Government and the Arabs, 1911 to 1918: A preliminary Study of the Teskilât –i Mahsusa, Ann Arbor/Michigan 1964, S. 46 f

<sup>21</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 8 und S. 91

<sup>22</sup> Ebd., S. 9

<sup>23</sup> W. Treue, Max Freiherr von Oppenheim, S. 62. Der Autor bezeichnet die Vorschläge Oppenheims in seinem bisweilen zum Apologetischen hin tendierenden biographischen Aufsatz als dilettantisch.

regionale, geschweige den flächendeckende Aufstände zu entflammen. Darüber hinaus bewertet er am Beispiel Ägyptens die konfessionell heterogene Bevölkerungsstruktur als ernsthaftes Problem im Hinblick auf die Durchführung des ġihāds. Deshalb müsse in Ägypten „solange das siegreiche Vordringen der türkischen Armee im Nilland“ auf sich warten lässt die Öffentlichkeitsarbeit forciert werden.<sup>24</sup> „Die Propaganda im Namen des Sultan Chalifa ist in steigendem Maße mit Hochdruck zu betreiben und vor allem das gewöhnliche Volk durch Aufrufe und andere Mittel zur Gärung zu bringen.“<sup>25</sup> Oppenheim schlägt vor möglichst „viele kleine Putsche, Attentate, etc. [...] zu veranlassen“, um die Repression der Engländer in Ägypten zu verschärfen, weil diese (Repressalien; d. Verf.) „je mehr sie, wie vorherzusehen, Unschuldige treffen, die Wut und den Fanatismus des Volkes vermehren und die [...] Stadtbewohner und Fellachen für den Kampf bis aufs Messer zur Herauswerfung der Engländer bereitwilliger machen.“<sup>26</sup> Diesbezüglich denkt Oppenheim an die Rekrutierung bewaffneter Milizen, an eine Zusammenfassung der antibritischen Elemente, „um die Engländer totzuschlagen.“<sup>27</sup>

Derlei Beispiele sind Legion, was auf ein begrenztes Repertoire an Ideen für öffentlichkeitswirksames Auftreten schließen lässt. Oppenheim denkt unter anderem daran, die Stammesführer nordafrikanischer und asiatischer Völkerschaften für den Heiligen Krieg direkt zu agitieren, in Propaganda auf Gesprächsebene. Er vermutete, in Ägypten die Senussi und Aneteh-Stämme als Multiplikatoren der deutschen Propaganda und Kämpfer gegen England gewinnen zu können.<sup>28</sup> Diesbezüglich ist zu unterscheiden, in Propaganda, die sich an einen großen Adressatenkreis richtet und diejenige Propaganda, welche Unternehmungen der Geheimdiplomatie flankiert. Hier ist in erster Line an die verschiedenen Orientexpeditionen zu denken, die neben einem militärischen Auftrag - beispielsweise der Zerstörung kriegswichtiger Rohstoffverbindungen – Propagandamissionen unterschiedlicher Art zu erfüllen hatten. Propaganda auf breiterer Basis hoffte Oppenheim durch den Einsatz von Flugzeugen und Luftschiffen verwirklichen zu können, „um unter

---

<sup>24</sup> *M. v. Oppenheim*, Denkschrift, S. 21 und S. 25

<sup>25</sup> Ebd., S. 21

<sup>26</sup> Ebd., S. 22

<sup>27</sup> Ebd., S. 23

<sup>28</sup> Ebd., S. 26 und S. 36

den Eingeboren in Egypten und womöglich im Sudan über die Kriegslage und den bevorstehenden Einmarsch des Sultan Chalifa aufklärende und zum heiligen Krieg aufrufende Schriften zu verbreiten [...] .<sup>29</sup> Zusammenfassend hält Oppenheim das gemeinsame militärische Vorgehen von Türken und Senussi für ausreichend, England in Nordafrika zu besiegen. „Der Suez-Kanal wird gesprengt, und dann ist auf einen wilden Aufstand in Indien zu rechnen, zumal wenn bis dahin Afghanistan in Nordindien eingefallen ist.“<sup>30</sup>

Indien erscheint dem Orientkenner „von den zu revolutionierenden Ländern im Hinblick [...] auf den Enderfolg des Krieges das weitaus wichtigste“ zu sein.<sup>31</sup> Er glaubt, obwohl er das Land nicht aus eigener Anschauung kennt, feststellen zu können, dass in Indien eine aktive revolutionäre Propaganda im Entstehen begriffen ist, die das Selbstbestimmungsrecht für die Bevölkerung zu erwirken beabsichtigt bzw. nationalistisch inspiriert, die Unabhängigkeit von England erzwingen will. Die auch von der muslimischen Diaspora getragene Autonomiebewegung soll durch ein in Berlin gegründetes indisches Komitee<sup>32</sup>, dessen achtzehn Mitglieder als Agenten auf den Subkontinent entsendet wurden, gezielt propagandistisch bearbeitet und zum ġihād bzw. zum nationalen Befreiungskampf geführt werden. Einen weiteren großen propagandistischen Erfolg für das Deutsche Reich in Indien versprach sich Baron v. Oppenheim infolge einer Marineaktion zur „Befreiung der auf einer der Andamaneninseln im Stillen Ozean internierten etwa vier- oder fünfhundert politischen indischen Gefangenen.“<sup>33</sup> Die Revolutionierung Indiens erscheint ihm ausschließlich dann möglich, wenn die „nur im Hinblick auf Indien entsandte Afghanistan-Expedition“<sup>34</sup> erfolgreich verläuft, also „wenn die afghanischen Truppen siegreich in das Industal eindringen [...] .“<sup>35</sup>

Von einem Bündnis mit Afghanistan verspricht sich Oppenheim eine Initialzündung für die Revolutionierung des Nahen Ostens und den Untergang des britischen Empires. Der „für orientalische Verhältnisse fest gefügte

---

<sup>29</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 40

<sup>30</sup> Ebd., S. 30

<sup>31</sup> Ebd., S. 78-94, Zitat S. 78

<sup>32</sup> Ebd., S. 90/91

<sup>33</sup> Ebd., S. 19

<sup>34</sup> Ebd., S. 93

<sup>35</sup> Ebd., S. 71

Staat“<sup>36</sup> verfüge über ein nicht unerhebliches militärisches Potential, welches zur Beunruhigung der afghanisch-indischen Grenzregion abgeschöpft werden müsse. Trotz finanzieller und politischer Abhängigkeit von England, werden die Aussichten mit dem Emir von Afghanistan ein Bündnis abzuschließen außerordentlich positiv bewertet. Um dementsprechende Verhandlungen aufzunehmen und die afghanische Armee gegen England zu führen, wurde bereits vor Abfassung der Denkschrift unter der Leitung von Niedermayer und Wassmus eine Expedition Richtung Afghanistan entsendet, deren bisheriger Verlauf und Personalstand den Verfasser zur Kritik veranlasst, obwohl er selbst aktiv an den Planungen beteiligt war.<sup>37</sup> Einige Mitglieder des indischen Komitees sollten die Expedition begleiten, um in der Grenzregion aktive Revolutionierungspropaganda zu betreiben.<sup>38</sup> Spezielle Propagandamaßnahmen für Afghanistan, die über die Öffentlichkeitsarbeit im übrigen Orient hinausgehen, sieht Oppenheim nicht vor.

Eine Einbeziehung Persiens ist nach Oppenheim deshalb wünschenswert, weil es „einen großen geistigen Einfluss auf Indien“ ausübt und als Durchgangsland auf dem Weg nach Indien von großem strategisch-logistischen Wert ist.<sup>39</sup> Das nach Unabhängigkeit strebende Persien solle zu einem Bündnis mit der Türkei und Afghanistan bewegt werden, um ein massives militärisches Vorgehen gegen Engländer und Russen zu ermöglichen. Die persische Bevölkerung selbst ist nach Oppenheims Einschätzung durch intensive Propaganda für die Teilnahme am Heiligen Krieg zu gewinnen. Hierzu sei die „Errichtung einer ganzen Reihe von neuen Stationen für den Nachrichtendienst“ notwendig, sowie eine Aufstockung des Propagandafonds der deutschen Gesandtschaft in Persien „für die Bearbeitung und Aufreizung zum Kriege.“<sup>40</sup> Einen zusätzlichen propagandistischen Erfolg vermutet Oppenheim sicher erreichen zu können, wenn es gelänge, die britische Mineralölindustrie aus Ābādān zu vertreiben. Hierzu solle eine Expedition an den Kārūn entsendet werden.<sup>41</sup>

---

<sup>36</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 67

<sup>37</sup> U. Gehrke, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1, S. 23

<sup>38</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 73

<sup>39</sup> Ebd., S. 59

<sup>40</sup> Ebd., S. 63

<sup>41</sup> Ebd., S. 64/65

Als Basis für eine erfolgreiche Revolutionierung Russlands empfiehlt Oppenheim einen türkischen Landkrieg im Kaukasus bei gleichzeitig „scharf und energisch einsetzender Revolutionierungspropaganda [...]“.<sup>42</sup> Darüber hinaus seien Aufstandsbewegungen nach Kräften zu unterstützen. Zu diesem Zweck sollen in der Türkei lebende russische Muslime als Multiplikatoren deutsch-türkischer Propaganda angeworben werden.<sup>43</sup> Es müsse des Weiteren die Steuerung der lokalen Presseorgane verstärkt, die Nachrichtenpropaganda intensiviert werden, sowie die islamischen Schulen im russischen Herrschaftsgebiet für Propagandazwecke nutzbar gemacht werden.<sup>44</sup>

Sehr knapp äußert sich der Archäologe im Propagandadienst zur Insurrektion der französisch beherrschten Gebiete. Er fordert die Schaffung einer eigenen Propagandaorganisation für Nordwestafrika unter Einbeziehung der dortigen Bruderschaften. Oppenheim schlägt vor eine „Propaganda in Wort und Tat in Marokko zu entfalten“, und von dort aus auf die gleiche Weise auf die Bevölkerung Algeriens einzuwirken. In diesem Zusammenhang wird der propagandistische Wert von Waffenlieferungen betont.<sup>45</sup> Ferner wird vorgeschlagen, die Deutschen, die in Diensten der französischen Fremdenlegion stehend in Nordafrika stationiert sind, gezielt zu agitieren.<sup>46</sup> In einem späteren Kapitel wendet sich Oppenheim den muslimischen Kriegsgefangenen in deutschen Lagern zu und der Frage, wie diese in die Insurrektionspläne integriert werden können. Die Pläne zur Verwendung von Kriegsgefangenen sind weiter unten aufzugreifen und zu präzisieren.

Aus Oppenheims Schilderungen wird deutlich, worauf die deutsche Orientpropaganda im Wesentlichen abhebt. Ohne an dieser Stelle eine Bewertung vornehmen zu wollen, mutet das Revolutionierungsunternehmen gigantisch, um nicht zu sagen fantastisch an. Viele Millionen Menschen sollen mit verhältnismäßig einfachen Mitteln für die deutsche Kriegsführung *nutzbar* gemacht werden. Hierfür macht sich das Deutsche Reich als propagierter Freund des Islams anheischig, gemeinsam mit den von kolonialer Fremdherrschaft unterdrückten Völkern, den Kampf um Unabhängigkeit zu

---

<sup>42</sup> M. v. Oppenheim, Denkschrift, S. 50

<sup>43</sup> Ebd., S. 54. Besonderen Wert legt Oppenheim auf die Sicherstellung der Mitarbeit von Presseredakteuren.

<sup>44</sup> Ebd., S. 54-56

<sup>45</sup> Ebd., S. 96

<sup>46</sup> Ebd., S. 103

führen. Die Türkei sollte der deutschen Auslandsaufklärung hierbei als Brückenkopf für die Propaganda in die übrige islamische Welt dienen. Diese Überlegung dürfte bei Abschluss des deutsch-türkischen Bündnisses keine unbedeutende Rolle gespielt haben, wenn man bedenkt, dass die Türkei zum Mittelpunkt der deutschen Orientpropaganda avancierte. Zur Verwirklichung des ehrgeizigen Projektes forderte Oppenheim die Einrichtung einer speziellen Propagandastelle<sup>47</sup>, der die Organisation und Koordination der deutsch-türkischen Unternehmungen sowohl im islamischen Raum, als auch in Europa anzuvertrauen ist. Die Bemühungen um Institutionalisierung der Orientpropaganda führten am 1. November 1914 zur Gründung der Nachrichtenstelle für den Orient.

## 5. 2. Die Organisationsstruktur der Nachrichtenstelle für den Orient.

In seiner Denkschrift entwickelt Max v. Oppenheim keine konkreten Vorstellungen für den Aufbau der zu schaffenden Einrichtung. Er gibt im dritten Kapitel lediglich einen kurzen Hinweis darauf, dass in Berlin „im Auftrage des Auswärtigen Amtes mit Unterstützung des Königlichen Kultusministeriums ein Übersetzungsbüro“ unter seiner Leitung gebildet wurde, welches unter Mitarbeit von Wissenschaftlern und orientalischen Lektoren, sowie der Reichsdruckerei Druckschriftenpropaganda in verschiedenen Fremdsprachen produziert.<sup>48</sup> Die im selben Kapitel formulierte Forderung nach der Installation eines Propagandastellennetzes, ein Postulat, das die inhaltliche Klammer des Memorandums bildet, wird noch zu erörtern sein. Den bisher umfassendsten Einblick in die Organisationsstruktur der NfO bietet Karl Emil Schabinger, Dragoman im Dienste des Auswärtigen Amtes, der als Stellvertreter Oppenheims die Behörde seit Februar 1915 leitete, in seinen Memoiren.

---

<sup>47</sup> Schon 1896 forderte er die Einrichtung eines Nachrichtendienstes bei der Kairoer Botschaft „zur besonderen Beobachtung der Verhältnisse und Bewegungen in der muhammedanischen Welt.“ Zitiert nach U. Gehrke, *Persien in der deutschen Orientpolitik*, Bd. 2, S. 11, Anmerkung 13

<sup>48</sup> M. v. Oppenheim, *Denkschrift*, S. 12/13

### 5. 2. 1. Innerbehördliche Gliederung und institutionelle Einbettung.

Am 12. September 1914 setzte Unterstaatssekretär Zimmermann das preußische Kultusministerium darüber in Kenntnis, dass Freiherr Max von Oppenheim dazu ermächtigt sei, ein „Übersetzungsbureau für orientalische Sprachen“ zu Propagandazwecken einzurichten.<sup>49</sup> Man überließ es dem Initiator selbst, die Nachrichtenstelle für den Orient, wie die Dienststelle bald darauf heißen sollte, in geeigneter Form zu organisieren. Mit dieser Aufgabe hatte, der mit dem Titel eines Ministerresidenten versehene, Oppenheim allem Anschein nach unerwartet große Schwierigkeiten und verfügte über wenig mehr als „ziemlich verschwommene“ Vorstellungen. Eine verbindliche Geschäftsordnung, die eine definitive innerbehördliche Gliederung vorgegeben hätte, wurde für die NfO bis zum Kriegsende nicht verabschiedet.<sup>50</sup> Die Darstellung der Organisation der Nachrichtenstelle für den Orient bedeutet infolge dessen zugleich, eine Erörterung von Beginn an ungelöster Strukturprobleme.

Die NfO wurde für eine behördliche Einrichtung untypisch nicht hierarchisch gegliedert, sondern als Kollegialbehörde verfasst<sup>51</sup> und besitzt nach der „Kanzlei- und Geschäfts-Ordnung“ vom April 1915 einen halbamtlichen Charakter.<sup>52</sup> Das heißt, die Nachrichtenstelle für den Orient wurde als eigenständige Einrichtung in den behördlichen Apparat des Auswärtigen Amtes eingegliedert. Das Kollegialitätsprinzip bedeutet, dass die Führungsmitglieder der Organisation gleichberechtigt über zu treffende Entscheidungen abstimmen, wie beispielsweise Aktionsplanung, Arbeitsweise und die Aufnahme neuer Mitarbeiter<sup>53</sup>, ohne Dienstanordnungen einer internen weisungsberechtigten Instanz Folge leisten zu müssen. Auch die Aufgabenverteilung sollte sich erst mit der Zeit regeln. Konkrete Zuweisungen von Arbeitsbereichen oder Kompetenzabgrenzungen wurden nicht vorgenommen oder waren nicht von Dauer. Die daraus für die Mitarbeiter erwachsenen Frei- und Interpretationsspielräume bezüglich der Ausführung der ihnen übertragenen Aufgaben, wirkten sich alsbald negativ auf die

---

<sup>49</sup> *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 102

<sup>50</sup> *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 126

<sup>51</sup> Ebd.

<sup>52</sup> *W. Bihl*: Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 103

<sup>53</sup> Bei der Aufnahme neuer Mitglieder fand das Einstimmigkeitsprinzip Anwendung.

Effektivität und das Arbeitsklima der Nachrichtenstelle aus. Der geübte Verzicht auf einen autoritäreren Führungsstil begünstigte vielmehr eigenmächtiges Handeln der Beteiligten und die Verfolgung individueller Wünsche und Interessen. Die darüber hinaus betriebene Pflege akademischer Eitelkeiten<sup>54</sup> trug zur Verschärfung und gelegentlichen Eskalation der Situation bei.<sup>55</sup> In diesem Kontext erwies sich eine mögliche Freistellung der Mitarbeiter zum Militärdienst als Disziplinierungsmaßnahme als ungeeignet.<sup>56</sup>

In einem Rechenschaftsbericht der NfO vom August 1918 ist über deren Struktur folgendes zu erfahren.<sup>57</sup> Die Nachrichtenstelle ist bei Aufnahme der Geschäfte neben einer Kanzlei und einer Zentralstelle für Herstellung und Vertrieb von Drucksachen in eine Presseabteilung und in jeweils eigene Abteilungen für türkische, arabische, indische und russische Angelegenheiten untergliedert. Bald darauf wurde die Dienststelle um eine türkisch-juristische und eine persische Abteilung erweitert, sowie um die Redaktionen der Gefangenenzeitungen, eines hauseigenen Presseorgans und eines Literarischen Büros vergrößert.<sup>58</sup> Somit umfasste die in der Tauentzienstraße 19a untergebrachte Behörde neun Abteilungen, denen je ein Abteilungsleiter vorstand. In den ersten Monaten leitete Max von Oppenheim selbst die Behörde. Im Februar 1915 wurde Schabinger mit der Leitung der NfO betraut.<sup>59</sup> Ein Jahr später, am 25. Februar 1916, übernahm Professor Eugen Mittwoch die Leitung, die er bis zum Ende des Krieges innehatte. Neben der Hauptgeschäftsstelle in Berlin errichtete die NfO 1915 eine Auslandsvertretung in Zürich und eine Niederlassung bei der deutschen Botschaft in Konstantinopel, sowie ein Filialnetz im Orient in Gestalt von Nachrichtensälen.<sup>60</sup>

---

<sup>54</sup> Vgl. hierzu die ablehnende Haltung einiger Mitglieder gegenüber der Aufnahme von Hartmann und Spatz als ständige Mitarbeiter der Nachrichtenstelle. *K. E. Schabinger*, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 152-155; *H. L. Müller*, *Islam*, S. 205, Anmerkung 58

<sup>55</sup> Schabinger reichte aufgrund diverser Eigenmächtigkeiten verschiedener Mitglieder der NfO im September 1915 eine schriftliche Beschwerde beim Auswärtigen Amt ein. Darin forderte er Legationsrat v. Wesendonk zu verstärkter Dienstkontrolle auf. *K. E. Schabinger*, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 154/155

<sup>56</sup> *H. L. Müller*, *Islam*, S. 205; *H. v. Glasenapp*, *Lebensreise*, S. 70 f.

<sup>57</sup> Bihl gibt als Urheber des Berichts Herbert Müller an. *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 295, Anmerkung 351

<sup>58</sup> Ebd., S. 103; Kloosterhuis berichtet zudem noch von einer Empfangsdirektion unter der Leitung von Dr. Ebert. *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“, S. 440

<sup>59</sup> *K. E. Schabinger*, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 127. Wohl um seine Stellung aufzuwerten, wurde ihm der Titel eines Konsuls zuerkannt.

<sup>60</sup> siehe Kapitel 5. 4.

Zur Durchführung der ihr zugeordneten Aufgaben arbeitete die NfO eng mit der Armeeführung und der Reichsregierung zusammen. Die unmittelbar zuständige Instanz auf Ebene des Militärs war die Sektion Politik in Person von Rudolf Nadolny. Seit 1916 war dessen Nachfolger als Abteilungsleiter, Major von Hülsen, für die Gemeinschaftsprojekte mit der NfO zuständig. Als direkter Ansprechpartner im Auswärtigen Amt war Legationsrat von Wesendonk, durch den Staatssekretär autorisiert, für die Betreuung und Kontrolle der NfO verantwortlich. Die Nachrichtenstelle besaß das Initiativmonopol und Vorschlagsrecht für Propagandaaktionen aller Art. Nach Abstimmung mit den genannten Stellen trug die NfO als ausführende Instanz die Verantwortung für die Umsetzung der Maßnahmen.

#### 5. 2. 2. Die finanzielle Situation.

Neben dem Fehlen finaler organisatorischer Konzepte und der mangelnden Bereitschaft der Mitarbeiter, persönliche Interessen dem Dienst an der Sache unterzuordnen, wirkte sich der permanente Geldmangel negativ auf die Leistungsfähigkeit der NfO aus. Die Finanzierung der Nachrichtenstelle wurde zum Teil aus Mitteln des Propagandafonds des Auswärtigen Amtes bestritten. Für die Jahre 1916 und 1917 wurden hieraus jeweils 300.000 Reichsmark bereitgestellt.<sup>61</sup> In der Zeit in der Schabinger den Vorsitz führte, belief sich der Zuschuss des Reiches auf lediglich 5.000 Reichsmark monatlich.<sup>62</sup> Wenn man bedenkt, welche immensen Kosten die Propaganda verursacht<sup>63</sup>, bezeichnet Schabinger zur Kostendeckung der NfO einen jährlichen Mindestbetrag von zwei Millionen Reichsmark für unzureichend<sup>64</sup>, wird deutlich, wie desaströs sich die finanzielle Situation der Nachrichtenstelle auf deren Tätigkeit auswirken mußte. Angesichts der Summen, die für Propagandaaktivitäten umgesetzt wurden, hat der eingerichtete „eiserne Reservefonds für

---

<sup>61</sup> *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 102

<sup>62</sup> Ebd., S. 295, Anmerkung 350; *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 150

<sup>63</sup> Bis zum Januar 1918 wurden Gesamtausgaben für Propaganda und Sonderexpeditionen in Höhe von 382 Millionen Reichsmark bewilligt. Angaben nach *F. Fischer*, Griff nach der Weltmacht, S. 130, Anmerkung 81

<sup>64</sup> *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 140

außergewöhnliche Aufgaben“ in Höhe von 3.000 Reichsmark<sup>65</sup> allenfalls einen symbolischen Wert. Wegen des anhaltenden Geldmangels übernahm Oppenheim die Kofinanzierung der Einrichtung und brachte einen erheblichen Teil seines Privatvermögens in deren Etat ein. Trotzdem gelang es der NfO bis zum Ende des Krieges nicht, auch nur annähernd eine Kostendeckung mit den zur Verfügung stehenden Mitteln zu erzielen.<sup>66</sup>

### 5. 2. 3. Die Mitarbeiter.

Das wichtigste Kapital einer Propagandastelle sind deren Mitarbeiter. In den Arbeitsprozess der NfO waren sowohl deutsche als auch orientalische Mitarbeiter integriert. Bei den Führungsmitgliedern handelt es sich um ein Fachkollegium anerkannter wissenschaftlicher Autoritäten auf dem Gebiet der Islamwissenschaft und Orientalistik. Oppenheim war davon überzeugt durch die Einsetzung eines solchen fachkompetenten Gremiums eine, an den Bedürfnissen und Anforderungen der orientalischen Mentalitäten, Weltanschauungen und Gesellschaftsverhältnissen orientierte Propaganda, gezielt betreiben zu können. Es ist kaum möglich, eine vollständige Auflistung der festen und freien Mitarbeiter anzufertigen, zumal namentlich bei letztgenannten eine hohe Fluktuation festzustellen ist.<sup>67</sup> Für eine dauerhafte Mitarbeit in der Nachrichtenstelle für den Orient konnte Oppenheim neben Schabinger, der von seiner akademischen Ausbildung her ebenfalls Orientalist war, unter anderem die Professoren Eugen Mittwoch<sup>68</sup> und Martin Hartmann<sup>69</sup>, Mitglieder des Seminars für orientalische Sprachen, gewinnen, sowie die Professoren Spatz und Oskar Mann, der die Funktion des Leiters der Persischen Abteilung bekleidete.<sup>70</sup> Weitere wichtige regelmäßige Mitarbeiter waren der Indologe Helmuth von Glasenapp und Sebastian Beck. Ferner gehörten zum Stammpersonal Dr. H. Cossack, der Sinologe Dr. H. Müller, Dr. Ebert, Dr. Pröbster und Dr. Adler, sowie Professor C. H. Becker und die

---

<sup>65</sup> K. E. Schabinger, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 141

<sup>66</sup> Ebd., S. 150-152

<sup>67</sup> Die Darstellung beschränkt sich auf Personen, die nachweislich für die NfO tätig waren.

<sup>68</sup> Mittwoch war zunächst Leiter der Arabischen Abteilung

<sup>69</sup> Hartmann war Leiter der Türkischen Abteilung

<sup>70</sup> J. Kloosterhuis, „Friedliche Imperialisten“, S. 440. Hier auch Nachweis für Anmerkungen 177 und 178.

promovierte Arabistin Ruth Buka. Als freie Mitarbeiter standen der NfO unter anderem Enno Littmann, Hans Stumme und Eduard Sachau zur Verfügung.<sup>71</sup>

Die Leitung der Züricher Filiale übernahm Heinrich Jacoby, der Direktor der Persisch-Teppich-Gesellschaft AG. Im April 1916 wurde ihm mit Dr. Max Rudolf Kaufmann ein Einheimischer als ständiger Vertreter der NfO in der Schweiz zur Seite gestellt. Die Mitarbeiterschaft weist somit eine, dem halbamtlichen Charakter der Nachrichtenstelle entsprechende, Mischstruktur auf, die von Wissenschaftlern und Vertretern des diplomatischen Dienstes dominiert wird. An zweiter Stelle stehen die Repräsentanten der Wirtschaft; mehrheitlich in den Ländern des Orients niedergelassene Händler.

Unter den orientalischen Mitarbeitern der Nachrichtenstelle ragt besonders der Tunesier Sālih aš-Šarif at-Tūnisi, der als enger Vertrauter Enver Pāšās galt – mit welchem die NfO auf türkischer Seite eng kooperierte - an Bedeutung heraus.<sup>72</sup> Des Weiteren ist der aus der französischen Armee übergelaufene Algerier Rabāh Boukabouya hervorzuheben.<sup>73</sup> In der Ära Schabinger arbeiteten fünfzehn deutsche und zwanzig ausländische Mitarbeiter für die NfO. Elf „gelegentliche Übersetzer“ und noch mal so viele Angestellte „für Kanzlei, Archiv, Expedition und Bedienung“ vervollständigten den Stab.<sup>74</sup> Im August 1918 umfasste der Kreis ständiger Mitarbeiter 53 Personen.<sup>75</sup> Diese und unzählige weitere Mitarbeiter waren für ein weitgefasstes Aufgabenfeld verantwortlich.

### 5. 3. Die Tätigkeit der Nachrichtenstelle und die inhaltlichen Dimensionen deutscher Orientpropaganda.

Die Nachrichtenstelle hielt eine monopolähnliche Stellung auf die deutsche Orientpropaganda. In Kooperation mit dem Auswärtigen Amt, der Sektion Politik beim Generalstab des Feldheeres und der Botschaft in Konstantinopel betrieb die NfO Propaganda hauptsächlich in den Ländern des Orients, aber

---

<sup>71</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 42; H. L. Müller, Islam, S. 207, Anmerkung 64; H. v. Glasenapp, Lebensreise, S. 71/72

<sup>72</sup> Zur Person siehe P. Heine, Sālih aš-Šarif at-Tūnisi; H. L. Müller, Islam, S. 271-280

<sup>73</sup> H. L. Müller, Islam, S. 292-296

<sup>74</sup> K. E. Schabinger, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 141

<sup>75</sup> Die Hälfte davon machten Wissenschaftler und Konsulatsbeamte aus. Hinzu kamen zehn orientalische Mitarbeiter und vierzehn weibliche Hilfskräfte. W. Bihl, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 295, Anmerkungen 353 und 354

auch in Europa. Alle Propagandamaßnahmen, die die Türkei direkt betrafen, wurden mit Enver Pāšā und Ali Bāš Hāmba, dem zweiten Mann im türkischen Kriegsministerium, wo die türkische Zentralstelle für Propaganda angelegt war, abgestimmt.<sup>76</sup> Dies sind die entscheidenden Faktoren, die den strukturellen Rahmen der deutschen Propaganda im Orient bestimmen. Nachdem die wichtigsten Motive der kurz- und mittelfristigen deutschen Kriegspolitik im Nahen Osten erörtert wurden, erscheint es zweckmäßig, der Beschreibung der Tätigkeit der NfO einen Überblick über die Standardthemen deutscher Orientpropaganda voranzustellen, um sich einen Eindruck von den Inhalten zu verschaffen, von deren Erörterung die Strategen glaubten, dass es zu einer baldigen Realisierung der Propagandaziele kommt.

### 5. 3. 1. Das Themenspektrum deutscher Orientpropaganda.

Die inhaltliche Ausrichtung der Propaganda im Orient entsprach im Wesentlichen den Stereotypen deutscher Propaganda im übrigen Ausland, wie sie oben beschrieben wurden.<sup>77</sup> Einen davon abweichenden thematischen Schwerpunkt, besonders in der ersten Hälfte des Krieges, bildete bis zum türkisch-britischen Waffenstillstand von Mudros die Werbung für den ġihād unter den Muslimen im orientalischen Raum, die sowohl von deutschen als auch von türkischen Protagonisten - nicht immer miteinander abgestimmt - betrieben wurde. Hierbei handelte es sich, wenigstens in der frühen Phase des Krieges, um eine aktive Propagandagestaltung.<sup>78</sup> Neben der Propaganda, die in verschiedener Form zur Teilnahme am Heiligen Krieg aufforderte, tritt ein weiterer thematischer Schwerpunkt in Erscheinung.

Als Ansatzpunkt für eine breit angelegte langfristige und intensiv geführte Propagandakampagne gegen die Ententemächte diente den deutschen Propagandisten deren repressive koloniale Herrschaftspraxis in Nordafrika und Nahost. In einem ersten Schritt bemühte sich die deutsche Propaganda, die französischen und englischen Solidaritätsbekundungen gegenüber der eigenen

---

<sup>76</sup> Zur personellen Besetzung der türkischen Propagandaorganisation siehe *H. L. Müller*, *Islam*, S. 237-266. Zur Person Bāš Hāmbas speziell S. 243-251. Es fällt auf, dass fast alle der dort genannten höherrangigen Mitarbeiter auch Mitglieder der Taškīlāt –i Mahsūsa sind.

<sup>77</sup> Siehe Kapitel 2. Auf eine Analyse der rhetorischen Gestaltung der Propagandaschriften wird bewusst verzichtet. Die Absicht eine solche Untersuchung zu führen, liegt der Studie von *G. Hagen*, *Die Türkei im Ersten Weltkrieg*, S. 50 ff zugrunde.

<sup>78</sup> Vgl. Kapitel 5. 3. 2. 4.

Kolonialbevölkerung als Heuchelei zu entlarven und die verheerenden Folgen der Fremdherrschaft für die besetzten Gebiete aufzuzeigen.<sup>79</sup> In diesem Kontext zweifelte man die Aufrichtigkeit der von Frankreich und England propagierten und für sich in Anspruch genommenen humanistischen Werte an, sowie die dort unvermittelt in Erscheinung tretende Arabophilie unter den Imperialismusapologeten.<sup>80</sup> In einem zweiten Schritt ging man dazu über, das Verhalten der Deutschen im Nahen Osten dem Auftreten der Franzosen und Engländer gegenüber zu stellen und schloss mit der nachdrücklich formulierten Feststellung, dass es für die islamische Welt keinen aufrichtigeren Freund und Verbündeten gäbe, als das von kolonialen Interessen unberührte Deutsche Reich.<sup>81</sup> Man warf sich als Verfechter des Ideals nationalstaatlicher Souveränität auf, um dementsprechenden Äußerungen Nachdruck zu verleihen.<sup>82</sup>

Die von deutscher Seite hochstrapazierte Freund-Feind Propaganda im Orient beinhaltete als wesentliches Merkmal Postulate, welche die Muslime unterschiedlicher nationaler Herkunft und religiöser Standpunkte zur Solidarität untereinander ermahnte.<sup>83</sup> Darauf aufbauend kolportierten die Propagandaschriften Solidaritätsbeteuerungen mit den Unabhängigkeitsbestrebungen der islamischen Staaten von kolonialer

---

<sup>79</sup> *H. L. Müller*, Islam, S. 334; *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 146-148; Zahlreiche Flugschriften entsprechenden Inhalts sind in der Edition von Hagen vertreten. Für besonders eindrucksvolle Beispiele vgl. *G. Hagen*, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, Flugblatt 8. 27, S. 92-98 (arabischer Text, S. 204-207), Flugblatt 8. 58 (arabischer Text, S. 247/248)

<sup>80</sup> Vielmehr wurde den Ententemächten Islamfeindlichkeit vorgeworfen. Vgl. dazu *G. Hagen*, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, Flugblatt 8. 25, S. 81-85 (arabischer Text, S. 198/199) und Flugblatt 8. 32, S. 111/112 (arabischer Text S. 220-221)

<sup>81</sup> Ein repräsentatives Beispiel hierfür bietet ein Artikel von Martin Hartmann, den dieser unter dem Titel „Französisches Liebeswerben um den Islam“ im Jahre 1916 im Korrespondenzblatt der Nachrichtenstelle für den Orient veröffentlichte. Hartmann behauptet, dass nicht etwa die Ideale der französischen Revolution in den Kolonialgebieten verwirklicht würden, sondern die nordafrikanischen Besitzungen ausschließlich dazu dienten, wirtschaftliche und politische Herrschaftsabsichten Frankreichs zu verwirklichen und durch die Anwendung repressiver Machtmittel zu festigen. Es ginge den Franzosen nicht um Kulturtransfer, nicht darum, die indigene Bevölkerung an den Errungenschaften der westlichen Zivilisation partizipieren zu lassen, sondern um die Ausbeutung von Ressourcen. KNO, Nr. 32, (1916), S. 194-196. Eine Zusammenfassung des Artikels liefert *H. L. Müller*, Islam, S. 334/335. Ein für die Freundschaftsbekundungen stereotypes Beispiel bietet die Edition von *G. Hagen*, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, Flugblatt 9. 3 („Deutschland und der Islam“), S. 163-166 (arabischer Text, S. 254)

<sup>82</sup> *K. L. Selesnjow*, Die Propaganda der kriegführenden Staaten an der russischen Westfront unter den gegnerischen Truppen in den Jahren 1914-1917, in: Zeitschrift für Militärgeschichte, Bd. 1, 1968, S. 58-73, S. 63

<sup>83</sup> Es sollte auf die Überbrückung des Gegensatzes zwischen Sunniten und Schiiten hingewirkt werden.

Fremdherrschaft<sup>84</sup> und den panislamischen Expansions- und Unitarisierungswünschen, wie sie besonders von türkischer Seite schon in den Jahrzehnten vor dem Ersten Weltkrieg vorgetragen wurden.<sup>85</sup> Je deutlicher sich seit dem Sommer 1915 ein Scheitern der Ğihādpropaganda abzuzeichnen begann, desto massiver rückten Aufrufe zur Aufnahme von Unabhängigkeitskämpfen in den Focus deutscher Orientpropaganda.<sup>86</sup> Insgesamt betrachtet tendierte die deutsche Propaganda dabei, sowohl im Orient als auch im Deutschen Reich, zu einer bisweilen groteske Züge annehmenden Islamverehrung.

Mit Müller ist festzustellen, dass der deutschen Öffentlichkeitsarbeit für die Insurrektionspropaganda für den Heiligen Krieg und den Unabhängigkeitskampf neben der Freundschaftskundgebung Wilhelm II. aus dem Jahre 1898, auf welche sich die Propagandaschriften unisono beziehen, keine überzeugenden Argumente zur Verfügung standen, um die Öffentlichkeit in den islamisch geprägten Staaten für sich, namentlich für die Kriegsführung, zu gewinnen.<sup>87</sup>

Andere mögliche Themen für die Propaganda wurden bewusst ausgeklammert, um Missverständnissen vorzubeugen.<sup>88</sup> Etwa mit Beginn der zweiten Kriegshälfte wurde die Wirtschaftspropaganda verstärkt. Dahinter stand als langfristiges Propagandaziel die Vorbereitung deutscher politischer und ökonomischer Herrschaft über die Türkei und weite Teile des Nahen Ostens, wie sie von nicht Wenigen im Deutschen Reich erhofft wurde.<sup>89</sup> Für die Orientaufklärung gilt, was für die Propaganda insgesamt festzustellen ist. Es kann unterschieden werden in Propaganda, die zu bestimmten Verhaltensweisen direkt auffordert, sowie in Propaganda, die sich in einschlägiger Weise mit den universalen Wertvorstellungen der am Krieg beteiligten Staaten auseinandersetzt.

---

<sup>84</sup> H. L. Müller, Islam, S. 361

<sup>85</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 26-29; K. E. Schabinger, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 147

<sup>86</sup> H. L. Müller, Islam, S. 366; Ein hierfür typisches Flugblatt findet sich in der Edition von G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, Flugblatt 8. 31, S. 106-109 (arabischer Text, S. 218-221)

<sup>87</sup> H. L. Müller, Islam, S. 362

<sup>88</sup> Das gilt beispielsweise für das Verhältnis zwischen Christentum und Islam im Allgemeinen, sowie für innerreligiöse Angelegenheiten des Islams und der ungelösten Kalifatsfrage zwischen der Türkei und anderen islamischen Großmächten. H. L. Müller, Islam, S. 357/358

<sup>89</sup> L. Rathmann, Stoßrichtung Nahost, S. 191

Die Bemühungen der Propagandisten, das Deutsche Reich als eine von universalen Werten geleitete Kulturnation und Auxiliarmacht verschiedener nationaler Interessen der islamischen Staaten zu etablieren, wurden durch die deutsche Kriegsführung konterkariert. In kaum geringeren Maße als die Missachtung der belgischen Neutralität und der U-Boot Krieg, bot die Zerstörung der Bibliothek von Löwen<sup>90</sup> gegen Deutschland eine willkommene Angriffsfläche für die (Kultur-) Propaganda der Ententeregierungen. Spätestens ab diesem Zeitpunkt nahm auch die deutsche Orientbeeinflussung zunehmend den reaktiven Charakter von Gegenpropaganda an. In Widersprüche zu ihrem humanistischen Habitus verstrickten sich die Deutschen darüber hinaus durch die in vielen Propagandaschriften weit verbreiteten rassistische Ressentiments gegenüber den Angehörigen der Kolonialtruppen auf den europäischen Kriegsschauplätzen, sowie durch das autoritäre Auftreten der Kolonialverwaltungen in den vom Deutschen Reich okkupierten Gebieten in Afrika und Asien.<sup>91</sup>

### 5. 3. 2. Die Tätigkeit der Nachrichtenstelle.

Die Nachrichtenstelle war für die Planung und Betreuung subversiver Unternehmen verantwortlich, sowie für Propagandamaßnahmen aller Art, worauf eindeutig der Schwerpunkt ihrer Tätigkeit beruhte. Für die Durchführung der Expeditionen war federführend die Sektion Politik zuständig, in Zusammenarbeit mit den Militär- und Marineattachés der Botschaft in Konstantinopel, Lossow und Humann.<sup>92</sup> Als Arbeitsplan diente den Mitarbeitern in der Tauentzinstrasse die von Max von Oppenheim verfasste Denkschrift zur Revolutionierung der islamischen Gebiete. Dieses Rahmenprogramm wurde in den regelmäßigen Sitzungen der NfO von den Mitgliedern durch Festlegung von Einzelmaßnahmen konkretisiert.

---

<sup>90</sup> Vgl. hierzu *W. Schivelbusch*, Eine Ruine im Krieg der Geister. Die Bibliothek von Löwen. August 1914 bis Mai 1940, Frankfurt a. M. 1993

<sup>91</sup> *S. Kestler*, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 295-303

<sup>92</sup> Vgl. dazu die Darstellung der Expeditionsunternehmen bei Gehrke. Der Autor beschreibt u. a. anschaulich die Funktion Nadolnys bei deren Durchführung. *U. Gehrke*, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1

Im Folgenden werden verschiedenen Arbeitsbereiche der Nachrichtenstelle im Einzelnen dargestellt. Daran anschließend werden Propagandaaktionen und Methoden anhand ausgewählter Beispiele verdeutlicht. Da auch die Tätigkeit der NfO erst in Ansätzen erforscht ist, basiert die Auswahl der Beispiele auf begründete Vermutungen einer Beteiligung der Nachrichtenstelle, wo eine Mitwirkung der Nachrichtenstelle nicht zweifelsfrei nachweisbar dokumentiert ist, auf begründete Vermutungen ihrer Beteiligung.

Retrospektiv definiert der oben genannte Bericht vom August 1918 das Aufgabenfeld der Nachrichtenstelle wie folgt: 1. Propaganda im Orient, im neutralen Ausland und im Deutschen Reich. 2. Unterhaltung persönlicher Beziehungen zu Orientalen im neutralen Ausland und im Deutschen Reich, sowie Leitung und Kontrolle der von ihnen betriebenen politischen Aktivitäten. Empfang und Betreuung orientalischer Gäste. 3. Betreiben eines Zeitungs- und Personalarchivs. Informationsbeschaffung und Beratung amtlicher Stellen hinsichtlich orientalischer Angelegenheiten. Aktenbearbeitung für das Auswärtige Amt. 4. Beobachtung der internationalen Presse in Bezug auf die Berichterstattung über den Orient und Sammlung entsprechender Artikel. 5. Periodische Herausgabe von Artikeleditionen für den Amtsgebrauch. 6. Übersetzungstätigkeit für politische und militärische Stellen. 7. Zensurbefugnis für den Orient betreffende Druckschriften. 8. Briefzensur. 9. Kontrolle der Korrespondenz der mohammedanischen, indischen und georgischen Kriegsgefangenen. 10. Gefangenenfürsorge und Betreuung auf kultureller Ebene. 11. Herausgabe verschiedener Gefangenenzeitungen.<sup>93</sup> Schabinger weiß in seinen Memoiren, von vier Betätigungsfeldern für die Propaganda zu berichten. „1. die feindlichen Fronten, soweit dort orientalische Hilfstruppen zur Verwendung gelangten, 2. die orientalischen Gefangenen in Deutschland, 3. die Heimatländer dieser Hilfstruppen, 4. die verbündeten und neutralen Länder, insbesondere des Orients.“<sup>94</sup>

Es erscheint nur auf den ersten Blick verwunderlich, dass die Insurrektionsstrategie mit keinem Wort Erwähnung findet. Die Revolutionierung des islamischen Raums zwischen Marokko und Russland stellt die übergeordnete Aufgabe der NfO dar. Die genannten Arbeitsfelder

---

<sup>93</sup> Den Originalwortlaut zitiert *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 103/104

<sup>94</sup> *K. E. Schabinger*, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 143

dienen der Konkretisierung und Erreichung dieses Zieles durch die Festlegung von Einzelmaßnahmen. Im folgenden Kapitel werden die wichtigsten Aufgabenfelder der NfO betrachtet.

#### 5. 3. 2. 1. Herstellung und Vertrieb von Propagandamaterial.

An erster Stelle nennt der Bericht zutreffenderweise die Propaganda im Orient, im neutralen Ausland und im Kaiserreich selbst als wichtigste Aufgaben der NfO.<sup>95</sup> Die vorrangigste Funktion der Nachrichtenstelle lag hierbei in der Herstellung von Druckschriftenpropaganda aller Art. Dazu zählen Flugblätter, Zeitungen, Zeitschriften, Broschüren, Bücher und Fotoserien. Darüber hinaus wurden auf der Ebene visueller Propaganda auch Filmproduktionen in Auftrag gegeben. Der Produktionsablauf umfasst die inhaltliche Gestaltung des Propagandamaterials, sowie den Druck, der zumeist durch die Reichsdruckerei besorgt wurde, und den Vertrieb der Erzeugnisse, nachdem diese einer internen und einer externen Zensur – letztere durch die Sektion Politik vorgenommen – unterzogen wurden. Bislang ist es der Forschung noch nicht gelungen, eine umfassende systematische, etwa an Inhalt, speziellen Verwendungszweck und Bestimmungsort orientierte, gleichermaßen auf äußere und innere Kriterien abhebende, Analyse der von der NfO hergestellten Druckschriften zu erbringen.<sup>96</sup> Daher muß sich bezüglich der Druckschriftenpropaganda auf Anmerkungen allgemeinerer Art beschränkt werden.<sup>97</sup>

In der Zeit von Mitte Mai bis Ende Dezember 1915 wurden Druckschriften in einer Gesamtauflage von über 2, 5 Millionen Exemplare in neun europäischen, sowie elf asiatischen und afrikanischen Sprachen herausgegeben. Die Zahl der verschiedenen Druckschriften wird von November 1914 bis Ende 1915 mit 386 angegeben.<sup>98</sup> Der zitierte Bericht Müllers gibt für die Gesamtkriegsdauer die Veröffentlichung von 1.012

---

<sup>95</sup> Vgl. auch Ebd., S. 131

<sup>96</sup> Bisher gibt es keine Anzeichen für die Existenz eines Druckschriftengesamtverzeichnisses der Nachrichtenstelle, wie etwa für die ZfA eines vorliegt.

<sup>97</sup> Anregungen für eine systematische Erfassung von Kriegsflugschriften liefern *T. Trumpp*, Praktische Erfahrungen bei der Ordnung und Verzeichnung von Kriegsflugblättern, in: *Der Archivar*, 32. Jahrgang, 1979, Sp. 309-314. Ferner *K. Kirchner*, Kriegsflugblätter im Archiv für Zeitgeschichte. Die Ordnung und Verzeichnung der Bestände, in: *Jahresbibliographie der Bibliothek für Zeitgeschichte*, 54. Jahrgang, Stuttgart 1982, S. 347-354

<sup>98</sup> *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 141

verschiedenen Publikationen in einer Auflage von drei Millionen Exemplaren in neun europäischen und fünfzehn orientalischen Sprachen an.<sup>99</sup> Nachweislich wurden Druckschriften in jeweils unterschiedlich hoher Auflage in Englisch, Französisch, Türkisch, Arabisch, Persisch, Urdu, Hindi, Gurmukhi<sup>100</sup>, Chinesisch, Turkotatarisch, Russisch, Georgisch, Siamesisch und in verschiedenen maghrebinischen Dialekten, u. a. dem abessinischen Amharisch verfasst.<sup>101</sup>

Die überwiegende Mehrheit der Druckschriftenproduktion machen Flugblätter aus. Die Flugschriften erschienen häufig in Serie, wie beispielsweise die Flugblattreihe „Der Weltkrieg aufgrund offizieller Berichte“.<sup>102</sup> Flugschriften eigneten sich aufgrund ihres Formats besonders für den Propagandaeinsatz über den feindlichen Linien, weil sie in großer Stückzahl hergestellt, mit Flugzeugen oder Heißluftballons über der Front abgeworfen werden konnten, wo Angehörige der vom islamischen Glauben dominierten Hilfstruppen vermutet wurden.<sup>103</sup> Wegen der damit verbundenen Gefahren, wurde von der zu Anfang des Krieges praktizierten Rufpropaganda aus Schützengräben alsbald Abstand genommen.<sup>104</sup> Neben der Produktion von Handzetteln konzentrierte man sich in Berlin auf die Herstellung und Übersetzung von Büchern und Broschüren. Zu den erfolgreichsten Buchprojekten der NfO zählt die von Sālih aš-Šarīf at-Tūnisi verfasste Schrift „Die Wahrheit über den Glaubenskrieg“<sup>105</sup>, deren Übersetzung aus dem Arabischen von Schabinger besorgt wurde. Das Werk diente weniger der direkten Aufforderung zum Glaubenskampf, als vielmehr dazu, auf polemische Weise den Ängsten und Vorurteilen in Europa besonders in Deutschland, gegenüber dem ġihād und der islamischen Welt zu begegnen.<sup>106</sup>

---

<sup>99</sup> *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 108. Der offensichtliche Widerspruch der Zahlenangaben zur Gesamtauflage der Publikationen zwischen Schabinger und Müller kann nicht aufgelöst werden. Folgt man den Angaben Müllers, so wäre die Gesamtauflage seit Ende 1915 rückläufig und läge bei nur einer halben Million Exemplaren bis Kriegsende. Eine solche Entwicklung spricht gegen die Erkenntnisse der bisher ausgewerteten Quellen, die von regelmäßigen Auflagensteigerungen berichten.

<sup>100</sup> Hierbei handelt es sich um die Sprache der Gurkhas.

<sup>101</sup> *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 104

<sup>102</sup> Arabisch: *harb al ʿālam*. Eine Ausgabe aus dieser Reihe (Nr. 16) findet sich in der Edition von *G. Hagen*, *Die Türkei im Ersten Weltkrieg*, S. 126-129 (arabischer Text, S. 229-231)

<sup>103</sup> *H. L. Müller*, *Islam*, S. 224

<sup>104</sup> *K. E. Schabinger*, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 111

<sup>105</sup> *Salih Aschscharif Attunisi*, *Die Wahrheit über den Glaubenskrieg*, Berlin 1915

<sup>106</sup> Zu diesem Zweck wurden auch verschiedene Broschüren erstellt, die darüber hinaus der Popularisierung des deutsch-türkischen Bündnisses dienten. Beispielhaft hierfür stehen *G.*

Als weitere wichtige Buchveröffentlichungen sind die Werke „Georgien und der Weltkrieg“<sup>107</sup>, „Persien und der europäische Krieg“<sup>108</sup> und die Edition „Englische Dokumente zur Erdrosselung Persiens“<sup>109</sup> zu nennen.

Ferner ist auf die Broschürenpropaganda hinzuweisen. Als Beispiel sei die, zu wirtschafts- und kulturpropagandistischen Zwecken veröffentlichte, Broschüre „Deutschlands Wirtschaftsleben vor und im Krieg“ genannt.<sup>110</sup> Die wahrscheinlich populärste Illustrierte der Nachrichtenstelle für den Orient stellt der „Große Krieg in Bildern“ dar. Dieser wurde, wie oben angemerkt, in Kooperation mit dem Deutschen Überseedienst in hoher Auflage in türkischer, persischer und arabischer Sprache herausgebracht. Schließlich übersetzte, vervielfältigte und vertrieb die NfO Schriften anderer Propagandastellen, wie beispielsweise die bis zu fünfzig Seiten starke „Kriegs-Chronik“ und andere für den Orient relevante Produktionen der ZfA, ohne das Näheres dazu bisher bekannt wäre.

Der Vertrieb der Flugblätter und des übrigen Materials stellte die NfO bisweilen vor unüberwindlich scheinende logistische Probleme. Solange die österreichisch-ungarische Armee ihre Position in Serbien nicht konsolidiert hatte, war kaum an einen Transport des Propagandamaterials über den Landweg in die Türkei und den übrigen Orient zu denken. Daher ging die Nachrichtenstelle teilweise dazu über, die für den Orient bestimmten Flugschriften in geringerer Stückzahl in Berlin zu produzieren. Diese sollten assoziierten Druckereien in den Staaten des Nahen Ostens als Vorlagen zur Vervielfältigung dienen. Erst mit der Kapitulation der serbischen Verbände war es dann möglich, das Material mit der Bagdadbahn bis nach Aleppo zu transportieren. Der Export des Propagandamaterials verlor dennoch bis zum Ende des Krieges nicht seinen Improvisationscharakter.<sup>111</sup> Aller

---

*Galli*, Dschihad. Der Heilige Krieg des Islams und seine Bedeutung im Weltkriege unter besonderer Berücksichtigung der Interessen Deutschlands. Vortrag gehalten in Freiburg i. B. und Cassel, Freiburg 1915; *E. Mittwoch*, Deutschland, die Türkei und der Heilige Krieg, in: Unter eisernem Kreuz. Kriegsschriften des Kaiser-Wilhelm-Dank, Heft 17, Berlin 1915

<sup>107</sup> *D. Trietsch*, Georgien und der Weltkrieg, Zürich 1915

<sup>108</sup> *N. N.*, Persien und der europäische Krieg, Berlin 1915. Das Auswärtige Amt vermutet Hasan Taqizada als Autor. Vgl. *U. Gehrke*, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1, S. 349

<sup>109</sup> *F. Perzynski* (Hg), Englische Dokumente zur Erdrosselung Persiens, Berlin 1917. Die Herausgeberschaft Perzynkis geht aus der Edition nicht hervor, wird aber vom Auswärtigen Amt angegeben. Vgl. *U. Gehrke*, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1, S. 331

<sup>110</sup> Dazu *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 104

<sup>111</sup> Ein Beispiel für die ungenügenden Vertriebsstrukturen gibt *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 106

Logistikprobleme zum Trotz hat das Propagandamaterial der Nachrichtenstelle, auf z. T. abenteuerliche Weise, weite Verbreitung in Nordafrika und Asien gefunden. Nachweislich sind Flugblattexemplare bis nach Niederländisch-Indien gelangt.<sup>112</sup>

#### 5. 3. 2. 2. Pressesteuerung und Meinungslenkung.

Einen weiteren nicht weniger hervorzuhebenden Schwerpunkt der Druckschriftenpropaganda stellen Zeitungen dar, und in diesem Zusammenhang die durch die NfO zu gewährleistende Informationskontrolle auf dem Pressesektor. Meinungslenkung und Informationskontrolle sind als Grundfunktionen von Propaganda anzusehen. Die Ausübung von Kontrolle über Nachrichtenbeschaffung und besonders Nachrichtenverteilung gilt für eine effektive Pressesteuerung als wichtigste Voraussetzung.<sup>113</sup> Die deutschen Propagandisten knüpften beim Versuch der Pressekontrolle an die Methoden an, die in der Vorkriegszeit entwickelt wurden.<sup>114</sup> Das heißt, man bemühte sich über die Botschaft in Konstantinopel und der ihr angeschlossenen Propagandastelle<sup>115</sup>, mittels zuvorkommender Behandlung ausgewählter Agentur- und Pressevertreter, eine wohlwollende Berichterstattung zu erkaufen. Neben materieller Unterstützung korrumpierbarer Redakteure zeigte sich namentlich die NfO bestrebt, mit ungleich journalistischeren pressepolitischen Lenkungsinstrumenten, ein Meinungsmonopol hinsichtlich der Orientberichterstattung zu errichten. Das wichtigste Instrument der Berliner Dienststelle zur Verwirklichung des angestrebten Anspruches war das hauseigene Organ; das „Korrespondenzblatt der Nachrichtenstelle für den Orient“ (KNO).

Das Korrespondenzblatt, dessen Erstausgabe am 30. April 1915 erschien, diente zur Disziplinierung der Presse besonders im Deutschen Reich und im verbündeten Ausland. Mit dem Ziel der Uniformierung der Berichterstattung im Sinne der offiziellen Orientpolitik nahm das KNO ausschließlich für sich in Anspruch, eine interessierte Öffentlichkeit mit

---

<sup>112</sup> *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 104

<sup>113</sup> *I. Farah*, Pressepolitik und Propagandatätigkeit, S. 37

<sup>114</sup> Vgl. Ebd., S. 250

<sup>115</sup> Siehe dazu Kapitel 5. 4.

„zutreffenden Nachrichten zu einem besseren Verständnis der durch den Krieg zu größerer Bedeutung gelangten orientalischen Probleme“ versorgen zu können.<sup>116</sup> Ergänzt wurde die Materialsammlung üblicher Propagandaartikel zur Kriegsführung und Orientpolitik durch einen explizierten Wirtschaftsteil und Besprechungen ausgesuchter Literatur. Die Auflage des Blattes betrug bis zu 3.000 Exemplare. Den Redaktionen der wichtigsten Tageszeitungen gingen die Ausgaben kostenlos zu, um einen zusätzlichen Anreiz für die Übernahme der KNO-Artikel zu bieten, die von den bekannten NfO Mitarbeitern unter redaktioneller Leitung von H. Müller verfasst wurden. Die Antwort auf die Frage, inwiefern dieser Steuerungspraxis Erfolg beschieden war, muß weiterer Forschung anheim gestellt werden. Hierfür bedarf es einer intensiven Analyse der beeinflussten Zeitungen. Immerhin kann festgestellt werden, dass die Artikel der KNO in einigen Fällen von der Presse in gewünschter Form wiedergegeben wurden.<sup>117</sup> Bihl glaubt darüber hinausgehend, dem KNO „beträchtliche Wirkung im Ausland“ beimessen zu können. Das Blatt habe sich zu einer „eifrig nachgedruckten Korrespondenz“ entwickelt, deren Material europaweit in über 260 Zeitungen Verwendung fand.<sup>118</sup> Von der NfO wurde zudem in eigener Redaktion spezielle Publizistik für muslimische Kriegsgefangene betrieben, die es im nächsten Kapitel zu erörtern gilt.

Davon abgesehen subventionierte die Nachrichtenstelle, sofern es mit ihren bescheidenen Mitteln möglich war, Presseorgane in der Türkei und in anderen orientalischen Staaten und initiierte Zeitungsneugründungen. Der gewonnene Einfluss der NfO auf die Presselandschaft äußert sich in erfolgreicher Lancierung von Artikeln in verschiedenen regelmäßig und periodisch erscheinenden Organen.<sup>119</sup> Die Übernahme von Artikeln Berliner Ursprungs ist nachgewiesen für die panislamische Zeitschrift „Sebil-ur-Reschad“ und die „Djihan-i-Islam“, sowie u. a. für die Zeitungen „El Adl“ und „Ikdam“. Nach seiner Rückkehr von Berlin in den Nahen Osten gründete Max v. Oppenheim im Jahre 1916 die arabischsprachigen Zeitungen „El Scherk“ in Damaskus, die eine tägliche Auflagenhöhe von 6000 Exemplaren erreichte<sup>120</sup>, sowie die „Sedai ul Islam“ in Bagdad. Ferner erwog die Nachrichtenstelle die

---

<sup>116</sup> KNO, Nr. 11, (6. März 1917), S. 458 (Hervorhebung im Original)

<sup>117</sup> H. L. Müller, Islam, S. 214

<sup>118</sup> W. Bihl, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 108

<sup>119</sup> Vgl. im folgenden Ebd., S. 105

<sup>120</sup> Ebd., S. 296, Anmerkung 370

Möglichkeit, die Zeitungen „Sabah“ und „Sabil Erreschad“ aufzukaufen. Das letzteres Vorhaben nicht realisiert wurde, ist der prekären Finanzlage der NfO geschuldet.

Auf den Osmanischen Lloyd, so scheint es, hat die Nachrichtenstelle keinen Einfluss ausüben können, der über das regelmäßige Erscheinen dort verfasster Artikel hinausgeht.<sup>121</sup> Von der direkten Konkurrenz der Entente-Pressen weitestgehend verschont, verstanden es die verantwortlichen Redakteure nicht, eine aktive Propaganda zu gestalten, die mehr hätte bieten können, als die gängigen Stereotype „in ungeheurer Breite“ auszuwälzen.<sup>122</sup> Ein Schwerpunkt der Berichterstattung diente der Unterstützung der deutschen Bündnispolitik, die darauf abzielte, die Insurrektionspläne durch ein formelles Bündnis der Türkei mit Persien und Afghanistan auf eine sicherere Grundlage zu stellen, wie auch Oppenheim es in seiner Denkschrift empfohlen hatte.<sup>123</sup> In diesem Kontext nahm die Propaganda für den Heiligen Krieg breiten Raum im Osmanischen Lloyd ein.<sup>124</sup> Den Osmanischen Lloyd als Propagandainstrument beurteilend glaubt Dahlhaus feststellen zu können, dass die Zeitung für die Kriegspropaganda des Deutschen Reiches von untergeordneter Bedeutung war.<sup>125</sup> Farah hingegen bezweifelt den Propagandawert nicht grundsätzlich, enthält sich aber einer definitiven Aussage zur Wirkungsmächtigkeit des Blattes.<sup>126</sup> Es gilt auch hier die Feststellung, dass für eine abschließende Beurteilung eine zeitgenössische empirische Grundlage fehlt.

### 5. 3. 2. 3. Muslimische Kriegsgefangene.

Neben Herstellung und Vertrieb von Druckschriftenpropaganda bestand eine Hauptaufgabe der Nachrichtenstelle für den Orient in der Betreuung muslimischer Kriegsgefangener. Max v. Oppenheim greift in seiner Oktoberdenkschrift aus dem Jahre 1914 Anregungen Wagenheims und Vassels zur Verwendung muslimischer Kriegsgefangener auf und erörtert auf achtzehn Seiten die Perspektiven ihrer „Nutzbarmachung“ für die deutsche

---

<sup>121</sup> I. Farah, *Pressepolitik und Propaganda*, S. 260

<sup>122</sup> Ebd., S. 251

<sup>123</sup> M. v. Oppenheim, *Denkschrift*, S. 60

<sup>124</sup> I. Farah, *Pressepolitik und Propaganda*, S. 258

<sup>125</sup> F. Dahlhaus, *Möglichkeiten und Grenzen*, S. 221

<sup>126</sup> I. Farah, *Pressepolitik und Propaganda*, S. 261

Kriegsführung im Orient.<sup>127</sup> Oppenheim hält es im Ergebnis für aussichtsreich und erstrebenswert, die muslimischen Kriegsgefangenen nach vorheriger propagandistischer Bearbeitung durch die Nachrichtenstelle, als Agitatoren und Kämpfer für den Heiligen Krieg rekrutieren und in die türkische Armee eingliedern zu können; zur Verwendung für die orientalischen Kriegsschauplätze.<sup>128</sup> Um die Gefangenen für die deutsche Sache zu gewinnen, empfiehlt er eine angemessene und privilegierte, an den religiösen Erfordernissen und nationalen Empfindlichkeiten orientierte, Behandlung der Muslime in zentralen Sammellagern, wo sie der englischen und französischen Einflussnahme entzogen, bearbeitet werden können.<sup>129</sup> Die durch Oppenheim präzisierten Vorschläge zur Gefangenenbehandlung fanden ihren Niederschlag in der Praxis.

Im Halbmondlager und im Lager Weinberge bei Zossen sowie im Sennelager bei Paderborn wurden die muslimischen Gefangenen konfessionell geschlossen und isoliert von Kriegsinternierten anderer Herkunft untergebracht. Man hoffte in den Lagern eine effektivere Kontrolle über die Meinungssteuerung ausüben zu können.<sup>130</sup> Der Tagesablauf galt dem ausschließlichen Zweck der direkten und indirekten Propaganda unter den Muslimen. Als Strategie indirekter Propaganda sind die sehr entgegenkommenden Rahmenbedingungen der Gefangenschaft anzusehen. Das heißt, durch privilegierte Behandlung sollte einerseits bei den Gefangenen ein positives Deutschlandbild erzeugt, sowie andererseits ein deutscher Freundschaftsbeweis für den Islam erbracht werden. Zugleich wurden die Kriegsgefangenen mit Maßnahmen direkter Propaganda massiver politischer Indoktrination ausgesetzt. Die militärischen Stellen beanspruchten die federführende Zuständigkeit für die Lagerpropaganda erfolgreich für sich. An das generell für die Orientpropaganda zuständige Auswärtigen Amt erging lediglich ein zweiwöchentlich erscheinender Bericht der Lagerkommandanten.<sup>131</sup> Vor Ort verantwortlich für den Propagandabetrieb waren die Sektion Politik und die NfO, ohne das klare

---

<sup>127</sup> *M. v. Oppenheim*, Denkschrift, S. 106-124

<sup>128</sup> Ebd., S. 108/109 und S. 114; *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 83 und S. 93

<sup>129</sup> *M. v. Oppenheim*, Denkschrift, S. 110/111

<sup>130</sup> Versuche sich der Indoktrination zu entziehen, wurden mit Abschiebung in Normallager bestraft. *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 92

<sup>131</sup> Ebd., S. 88

Kompetenzabgrenzungen vorgenommen worden wären. Mit der unmittelbaren Dienstaufsicht über das Propagandapersonal waren die jeweiligen Lagerkommandanturen betraut.<sup>132</sup>

Als Intentionen der Gefangenenpropaganda nannte Oberstleutnant Böhlau, stellvertretender Kommandant des Weinberge-Lagers, im Oktober 1915 folgende Punkte: „1. Erweckung deutschfreundlicher Gesinnung behufs Erlangung handelspolitischer Vorteile nach dem Krieg für das Deutsche Reich. 2. Waffendienst der Mohammedaner im Heiligen Kriege an der Seite der Türkei. 3. Hülfe für das Bestreben der Türkei, sich als Schutzherrin aller Mohammedaner zu erweisen.“<sup>133</sup> Der Entwurf der „Instruktion für die Propagandalager“ vom Dezember des selben Jahres konkretisierte: „1. Als spezielles Ziel der Propaganda ist die militärische Verwendung der Lagerinsassen im Orient anzustreben, und zwar: a) der Mohammedaner in der Türkei, b) der Inder in einer indischen Legion, die gegebenenfalls im Orient gegen die Engländer zur Verwendung gelangen wird, c) der Georgier im Kaukasus, sofern es dort zu einem georgischen Aufstand kommt.“ Als weiteres Ziel der Propaganda sollte unter den Gefangenen Agenten ausgehoben werden, „die für eine Verbreitung des deutschen Einflusses im Auslande“ in Frage kommen.<sup>134</sup> Als Propagandamethoden sieht der Entwurf „religiöse Belehrung“, Vorträge, schulischen Unterricht, Gruppenausflüge in die nähere Umgebung und nach Berlin, sowie „gute Behandlung, Beköstigung und Bekleidung“ vor.<sup>135</sup>

Die Gefangenenlager wurden mit einer dementsprechenden Infrastruktur ausgestattet, unter besonderer Berücksichtigung schulischer und religiöser Betreuungsmöglichkeiten. Seit Juli 1915 wurden Lagerschule und Bibliotheken, sowie verschiedene berufliche Weiterbildungskurse und Freizeitangebote eingerichtet. Zudem wurde eine für Lagerverhältnisse vorbildliche Krankenfürsorge betrieben. Die eiligst gezimmerte Moschee im Halbmondlager und der große Betsaal im Lager Weinberge bildeten den

---

<sup>132</sup> *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 86

<sup>133</sup> *Ebd.*, S. 86

<sup>134</sup> *Ebd.*; *M. Kahleyss*, *Muslimische Kriegsgefangene in Deutschland im Ersten Weltkrieg. Ansichten und Absichten*, in: *G. Höpp/B. Reinwald* (Hg.), *Fremdeinsätze. Afrikaner und Asiaten in europäischen Kriegen 1914-1945*, Berlin 2000, S. 79-117, S. 81

<sup>135</sup> *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 87

Mittelpunkt des religiösen und sozialen Lebens.<sup>136</sup> Den Gefangenen wurde aus zweckdienlicher Toleranz die Möglichkeit gegeben, ihre religiösen Riten und Lebensgewohnheiten zu pflegen.<sup>137</sup> Hierdurch sollten die Muslime für die politische Kriegspropaganda des Deutschen Reiches und der Türkei empfänglich gemacht werden. Mit dem Ziel die günstigen Propagandabedingungen der Lagerunterbringung zu verstärken, plante man an höchster Stelle im Kriegsministerium sogar die Errichtung eines Dorfes für tatarische Kriegsgefangene bei Berlin bzw. im Havelland.<sup>138</sup>

Die NfO war für die inhaltliche Gestaltung der Lagerpropaganda und die Durchführung von Propagandaveranstaltungen verantwortlich. Harald Cossack wirkte als Beauftragter der Nachrichtenstelle für Kriegsgefangene koordinierend vor Ort. Neben dem ehemaligen Oberlehrer trat eine Vielzahl weiterer deutscher und orientalischer Propagandisten in den Lagern an, um die Gefangenen besonders von der Notwendigkeit zur Teilnahme am ġihād zu überzeugen und für die Ideen des Panislamismus zu werben. Unter anderem traten Schabinger, Pröbster, Ebert, Nier und Sālih aš-Šarīf<sup>139</sup> als Redner mehrfach in Erscheinung. Inhaltlich und instrumentell unterschied sich die Lagerpropaganda, abgesehen von der verstärkten Focusierung auf religiöse Themen einerseits und den spezifischen Rahmenbedingungen des Lagerlebens andererseits, nicht von der Propaganda vor dem Stacheldraht. Als Veranstaltungsformen wählten die Propagandisten Vorträge, Diavorführungen, Konzerte und Theaterinszenierungen, sowie im große Stile begangene religiöse Feierlichkeiten unter Anwesenheit prominenter islamischer Autoritäten.<sup>140</sup> Ferner unternahm man Gefangenenexkursionen unter anderem nach Berlin.<sup>141</sup>

Darüber hinaus wurde eine ausschließlich für die Gefangenenlager produzierte Duckschriftenpropaganda betrieben, die über das Angebot der Bibliotheken hinausging. Um die Propagandaziele zu verwirklichen, wurde mit „Al Ģihād“ von der NfO unter redaktioneller Hauptverantwortung

---

<sup>136</sup> *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 90

<sup>137</sup> Einen Eindruck bewusst inszenierten Lagerlebens vermittelt die Analyse der zu Propagandazwecken produzierten Fotoserien bei *M. Kahleyss*, *Muslimische Kriegsgefangene*, S. 91-117

<sup>138</sup> *W. Bihl*, Kaukasuspolitik, Bd. 1, S. 97

<sup>139</sup> *P. Heine*, Sālih ash-Sharīf at-Tūnisī, S. 91. Auf weitere Propagandisten verweist *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 88/89

<sup>140</sup> Gemeint sind das Zuckerfest zum Abschluss des Ramadans und das Opferfest.

<sup>141</sup> *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 90

Schabingers und Glasenapps eine Gefangenenzeitung in sechs orientalischen Sprachen in einer Auflage von jeweils 15.000 Exemplaren herausgegeben<sup>142</sup>, die aus Gründen der Geheimhaltung auf dem freien Markt nicht erhältlich war.<sup>143</sup> Als Autoren und Redakteure wirkten, oftmals hinter Synonymen verborgen, die bekannten Mitarbeiter der Nachrichtenstelle. Die inhaltliche Gestaltung war im Rahmen der üblichen Dimensionen gehalten, weshalb sich eine tiefergehende Erörterung an dieser Stelle erübrigt.

Die konstatierte Wirkungslosigkeit des Blattes ist einmal mehr mit der elitären Auffassung von öffentlicher Meinung in den Propagandadienststellen zu beantworten. Die Artikel richteten sich an ein wissenschaftliches Fachpublikum, an eine höhere Bildungsschicht, der die Verfasser selbst angehörten. Die Lektüre setzte zumindest aber eine erhebliche Allgemeinbildung voraus. „Al Ğihād“ war somit der Mehrheit der muslimischen Kriegsgefangenen nicht zugänglich, weil es namentlich den Angehörigen der kolonialen Hilfstruppen ländlicher Herkunft an den notwendigen Bildungsvoraussetzungen mangelte. Man schrieb, ohne inhaltliche Verbesserungsvorschläge umzusetzen, an den Adressaten vorbei.<sup>144</sup>

Aller intensiven Bemühungen zum Trotz war der Lagerpropaganda insgesamt nur ein sehr geringer Erfolg beschieden. Von ungefähr 4.000 muslimischen Gefangenen im Halbmondlager fanden sich gerade mal 800 bereit, am Heiligen Krieg teilzunehmen. Während des gesamten Krieges kam es nur zu vereinzelt Entsendungen jeweils kleinerer Gruppen von Gefangenen in die Türkei.<sup>145</sup> So beispielsweise zur Proklamation des ğihāds nach Konstantinopel. Angesichts der unerfüllten Erwartungen relativierte Schabinger rückblickend die Absichten der Propaganda unter den Kriegsgefangenen und wertet es als einen Erfolg der Nachrichtenstelle, dass durch die stete Propagierung der Vorzugsbehandlung der Gefangenen in den Druckschriften seiner Behörde, eine Verbesserung der Lebensbedingungen der Muslime im Dienste der Ententearmeen provoziert wurde.<sup>146</sup>

---

<sup>142</sup> K. E. Schabinger, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 130/131; H. v. Glasenapp, *Lebensreise*, S. 72

<sup>143</sup> Dazu P. Heine, *Al Ğihād. Eine deutsche Propagandazeitung im Ersten Weltkrieg*, in: *Welt des Islams*, n. s., Bd. 20, 1980, S. 197-199; H. L. Müller, *Islam*, S. 220-224

<sup>144</sup> Vgl. P. Heine, *Al Ğihād*, S. 198/199

<sup>145</sup> W. Bihl, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 95/96

<sup>146</sup> K. E. Schabinger, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 146

#### 5. 3. 2. 4. Weitere Aktivitäten.

Im folgenden werden einige weitere, von den Quellen und der Literatur häufig erwähnte, typische Propagandaaktivitäten erhell, an denen die Nachrichtenstelle für den Orient maßgeblich beteiligt war.

##### a) Die Proklamation des Heiligen Kriegs.

Als Propagandaprojekt von wohl höchster Priorität ist bis in die zweite Kriegshälfte hinein die Initiierung des ğihāds anzusehen. Von dessen Proklamation durch den türkischen Sultan erhofften sich die Militär- und Propagandastrategen das entscheidende Initial für die Realisierung der Insurrektionsstrategie. Der ğihād war, entsprechend der Bedeutung die er für die Kriegsführung besaß, zugleich Ausgangspunkt für eine der langfristigen Propagandakampagnen der deutschen Öffentlichkeitsarbeit. Diese besaß zu Anfang einen ausdrücklich aktiven Charakter. Die Proklamationsveranstaltung in Konstantinopel gehört zu den wenigen propagandistischen Großveranstaltungen, die zumindest ansatzweise in den bisher erschlossenen Quellen dokumentiert sind.

Die NfO war deutscherseits an Planung und Durchführung der Veranstaltung beteiligt.<sup>147</sup> Die Proklamation durch Sultan Mehmed V. Reşad wurde in zwei Schritten vollzogen. Am 7. November 1914 wurden fünf Fetwas des Şayh al-Islām, des höchsten islamischen Rechtsgelehrten, in Konstantinopel veröffentlicht, die einem jeden Moslem die Teilnahme am ğihād gegen die Ententemächte zur Pflicht machte.<sup>148</sup> Am 14. November fand in der Fathi-Moschee die feierliche Zeremonie statt, in welcher die Fahne des Propheten entrollt und Mehmed V. mit dessen Schwert gegürtet wurde. Nur zwei Tage nach dem Kriegseintritt der Türkei wurde der Heilige Krieg öffentlich proklamiert. Damit war das vielleicht wichtigste türkische Versprechen an die Deutschen erfüllt, die islamische Wertegemeinschaft zum

---

<sup>147</sup> Vgl. hierzu die Schilderungen bei *E. Stern-Rubarth*, Aus zuverlässiger Quelle, S. 51-59; *K. E. Schabinger*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 102-109

<sup>148</sup> Der Wortlaut der Proklamation wurde auf Flugblättern der Öffentlichkeit bekannt gemacht. Drei unterschiedliche Exemplare befinden sich in der Edition von *G. Hagen*, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, Flugblatt 8. 4, S. 55-59 (arabischer Text, S. 185), Flugblatt 8. 7, S. 67-69 (arabischer Text, S. 190), Flugblatt 8. 12, S. 70-74 (arabischer Text, S. 191-193)

Glaubenskrieg aufzufordern.<sup>149</sup> Im Anschluss an die Verkündung kam es zu einer von offizieller Seite inszenierten Großdemonstration durch die Straßen Konstantinopels, die vor der deutschen Botschaft endete.<sup>150</sup>

Die Vorbereitungen der NfO konzentrierten sich auf dieses Ereignis. Wagenheim richtete sich in einer langen Rede an die Prozessionsteilnehmer. Neben ihm standen 14 muslimische Soldaten in französischen Uniformen. Es handelte sich um ehemalige deutsche Kriegsgefangene, die Schabinger im Sennelager eigens für diesen Zweck auswählte und unter abenteuerlichen Bedingungen gemeinsam mit Stern-Rubarth und Glasenapp nach Konstantinopel begleitet hatte. Es war dies eine symbolische Geste dafür, dass Wilhelm II. sein Versprechen einlöst, alle muslimischen Internierten dem Schutz des Sultans zu unterstellen.<sup>151</sup> Einer von ihnen, ein Marokkaner, richtete auf Schabingers Zuruf beschwörende Worte an die Versammelten. Nach der Kundgebung kam es zu schweren Ausschreitungen in der Innenstadt. Vielmehr ist nach den Worten eines Augenzeugens vom Heiligen Krieg während der folgenden Jahre nicht zu erwarten gewesen.<sup>152</sup> In Kapitel 6 wird noch einmal auf den ġihād und die vermutlichen Gründe für sein Scheitern zurückzukommen sein.

#### b) Insurrektionstätigkeit durch Agenten. Expeditionen und andere Propagandareisen.

Weniger nachvollziehbar ist der Einfluss der NfO auf die Orientexpeditionen und die Reisen deutscher Propagandisten ins Ausland.<sup>153</sup> Die Orientexpeditionen dienten, wegen des Fehlens einer deutschen Kolonialarmee im Nahen Osten, einem militärischen und einem propagandistischen Zweck. Dieser Nexus wurde in den bisherigen Untersuchungen zum Thema zu wenig berücksichtigt, konzentrierten sich die Autoren doch vornehmlich auf den militärischen Auftrag dieser

---

<sup>149</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 3/4; U. Trumpener, Germany and the Ottoman Empire, S. 117-120; U. Gehrke, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1, S. 31-33

<sup>150</sup> G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg, S. 5; E. Stern-Rubarth, Aus zuverlässiger Quelle, S. 58

<sup>151</sup> E. Stern-Rubarth, Aus zuverlässiger Quelle, S. 51

<sup>152</sup> K. E. Schabinger, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 108

<sup>153</sup> Vgl. hierzu die Schilderungen von Expeditionsteilnehmern. R. Nadolny, Mein Beitrag, S. 87-106; E. Stern-Rubarth, Aus zuverlässiger Quelle, S. 57 ff

Unternehmen.<sup>154</sup> Daher kann auf die den Expeditionen immanente Propagandamission nur hingewiesen werden. Dank der Untersuchung von U. Gehrke können die Afghanistanexpeditionen unter der Leitung von Ritter v. Niedermayer und Werner Otto v. Henting, an deren Planung Oppenheim intensiv mitgewirkt hat, und die Expedition Klein als bis ins Detail bekannte Beispiele angeführt werden.

Gehrke arbeitet heraus, dass die Expedition politisch dazu diente, ein Bündnis zwischen Persien, Afghanistan und der Türkei herzustellen und militärisch den Einmarsch afghanischer Truppen in Indien bewirken sollte, um die Aufstandsbewegung zu entflammen. Propaganda diente den Expeditionsteilnehmern als Mittel zum Zweck, die Führer der verschiedenen nordafrikanischen und asiatischen Stämme von der Teilnahme am Heiligen Krieg bzw. an Aufständen zur Befreiung von europäischer Fremdherrschaft zu überzeugen. Die hierfür betriebene Propaganda scheint im Wesentlichen auf Gesprächsebene stattgefunden zu haben. Zu den Methoden zählten darüber hinaus die Zahlung hoher Subventionen an die Stammeseliten, also Bestechungsgelder, sowie Versprechen Waffenlieferungen zu leisten. Die Expeditionen führten weiterhin kleinere Mengen Druckschriftenmaterial mit sich, welches unter der Bevölkerung verteilt wurde.<sup>155</sup> Propagandistischen Erfolg versprach man sich zudem von Sabotageaktionen gegen industrielle Einrichtungen der Entente im arabischen Raum. So diente die Expedition Klein nach Kārūn der Sprengung der A.P.O.C.- Raffinerie bei Ābādān und anliegender Wasserstrassen in Persien.<sup>156</sup>

Dieser Art wurde eine Vielzahl Expeditionen und Propagandareisen Einzelner in verschiedene orientalische Länder unternommen. Auf die bekanntesten Unternehmen kann an dieser Stelle nur namentlich hingewiesen werden. Zu nennen sind die Expeditionen Waßmuß nach Südpersien<sup>157</sup>, die Mission Frobenius in den Sudan<sup>158</sup>, sowie die Expedition Mannesmann nach

---

<sup>154</sup> Eine Ausnahme bildet die Darstellung von *H. Müller*, *Islam*. Müller ist bemüht, auch wenn dies nicht immer befriedigend gelingt, die deutschen Expeditionen nach Nordafrika gerade bezüglich ihrer Propagandafunktion zu untersuchen.

<sup>155</sup> *U. Gehrke*, *Persien in der deutschen Orientpolitik*, Bd. 1, S. 39 und S. 81

<sup>156</sup> *Ebd.*, S. 27/28 und S. 91-95

<sup>157</sup> *Ebd.*, S. 124-131

<sup>158</sup> *P. Heine*, *Leo Frobenius als politischer Agent. Ein Beitrag zu seiner Biographie*, in: *Paideuma*, Bd. 26, 1984, S. 1-5

Tripolis, der die Senussi zum Krieg gegen Ägypten bewegen sollte.<sup>159</sup> Neben den Expeditionen wurde Agententätigkeit durch nicht immer vertrauenswürdige Einzelpersonen betrieben, die sich den Propagandastellen in großer Zahl anboten. Diese wurden vom Auswärtigen Amt in die verschiedenen Regionen des Nahen Osten entsendet. Von den unzähligen Propagandareisen, die bis auf vereinzelte Beteiligungen an lokalen Aufständen erfolglos blieben<sup>160</sup>, sei besonders auf die vermeidliche Reise Max Roloffs nach Mekka hingewiesen, die in ihrer Struktur- und Erfolglosigkeit als symptomatisch für die deutsche Orientpolitik angesehen werden kann. Roloff bot sich an, Propaganda unter den Pilgern zu betreiben und kassierte dafür von Auswärtigen Amt einen nennenswerten Betrag. Der vermeintliche Agent provocateur scheint seinen Auftrag aber nie ausgeführt zu haben. Seine Erlebnisberichte verfasste er wohl in Breslau, wohin er nach Erhalt des Geldes abgetaucht war.<sup>161</sup>

Die Mission Starringer scheiterte ebenfalls. Der ehemalige deutsche Fremdenlegionär hatte der Sektion Politik in Aussicht gestellt, große Teile der französischen Fremdenlegion in Nordafrika zum Überlaufen und zur Teilnahme an Aufständen bewegen zu können, wie es Oppenheim vorgeschlagen hatte. Tatsächlich erwies sich Starringer auf seinen Orientreisen als nicht in der Lage oder willens, sein Versprechen einzulösen. Der deutsche Agent wurde scheinbar in Algerien enttarnt und hingerichtet.<sup>162</sup>

### c) Betreuung orientalischer Gäste

Der oben zitierte Bericht Müllers von August 1918 nennt als weitere Aufgabe der Nachrichtenstelle die Betreuung orientalischer Gäste in Deutschland. Vertreter der NfO nahmen die Gäste in Empfang und begleiteten diese auf ihrer Propagandareise durch das Deutsche Reich und die besetzten Gebiete im Westen.<sup>163</sup> Diese eher nach innen gerichtete Tätigkeit diente einerseits den

---

<sup>159</sup> H. L. Müller, Islam, S. 377-384

<sup>160</sup> Ebd., S. 408

<sup>161</sup> M. Kröger, Revolution als Programm, S. 382. Hier finden sich auch Hinweise auf weitere Agententätigkeit.

<sup>162</sup> H. L. Müller, Islam, S. 369-372

<sup>163</sup> Vgl. dazu den Bericht Schabingers über seine Begleitertätigkeit für Sālih aš-Šarif at-Tūnisi in Berlin und an der Westfront. K. E. Schabinger, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter, S. 110-114; P. Heine, Sālih aš-Šarif at-Tūnisi; H. v. Glasenapp, Lebensreise, S. 75 ff

Deutschen als vertrauensfördernde Maßnahme, dem Abbau von Vorurteilen in der Bevölkerung gegenüber der als fremd empfundenen islamischen Welt in Form oberflächlichen Kulturaustausches, sowie andererseits den politischen Eigeninteressen der ausländischen Besucher, denen dafür auf Vortragsveranstaltungen, sowie in Pressepublikationen und anderen Druckschriften eine Meinungsplattform geboten wurde.<sup>164</sup> Hiermit ist zugleich ein weiteres Versäumnis der deutschen Propagandaverantwortlichen angesprochen. Die NfO erwies sich als nicht in der Lage letztgenannter Tendenz gegenzusteuern, weil man nicht erkannte, dass sich die Orientalen nicht naiv für deutsche Propagandazwecke instrumentalisieren ließen.<sup>165</sup> Neben der eigentlichen agitatorischen Tätigkeit standen Besuche der Orientalen bei der politischen Prominenz und Vertretern der Wirtschaft auf dem Programm. Arbeitsreisen ausländischer Propagandisten wurden mit großem Aufwand während des gesamten Krieges durchgeführt und mit kulturellen Rahmenprogrammen abgerundet.

In Kooperation mit der NfO wurden zudem verschiedene nationale Unabhängigkeitskomitees gegründet und unterstützt. Über die Bedeutung dieser Komitees wurden bislang scheinbar keine näheren Untersuchungen angestellt.

#### d) In der Schweiz.

In publizistischer Aufklärungstätigkeit und Anwerbung von Agenten, mit deren Hilfe die muslimischen Untertanen der Ententestaaten aufgewiegelt werden sollten, lag die Hauptaufgabe der Züricher Filiale der Nachrichtenstelle für den Orient. Die Schweiz galt zu dieser Zeit nicht zu unrecht als ein Hauptniederlassungsgebiet für Auslandsorientale, denen, so die vorherrschende Meinung in der NfO, von neutralem Boden aus eine Kontaktaufnahme mit ihren Heimatländern weniger Schwierigkeiten bereiten dürfte als vom Deutschen Reich aus.<sup>166</sup>

---

<sup>164</sup> P. Heine, *Sālih aš-Šarif at-Tūnisi*, S. 92

<sup>165</sup> Ebd., S. 93; Müller widmet in seiner Untersuchung den persönlichen und politischen Interessen der orientalischen Propagandisten ein eigenes Kapitel. *H. L. Müller, Islam*, S. 236-266

<sup>166</sup> K. E. Schabinger, *Weltgeschichtliche Mosaiksplitter*, S. 133

Diesen Umstand versuchte sich die NfO zu nutze zu machen. Neben den geschilderten Intentionen der Propaganda im neutralen Ausland hofften Jacoby und Kaufmann unter den Orientalen in der Alpenrepublik, Multiplikatoren für die deutsche Insurrektionspropaganda zu gewinnen, möglicherweise Kämpfer für den Heiligen Krieg auszuheben. Kaufmann kam in erster Linie die Aufgabe zu, Pressekontakte herzustellen und das Propagandamaterial der Nachrichtenstelle in der Schweiz zu vertreiben, sowie Absatzmöglichkeiten von dort ins übrige neutrale Ausland ausfindig zu machen. Im Zeitraum von April bis Oktober 1916 vertrieb er 12.208 Informationsschriften der NfO in 6.325 Paketen.<sup>167</sup> Kontakte konnten hergestellt werden zur „Gazette de Lausanne“ und zu E. Frankfurters „Librairie Nouvelle“, die als Auslandsverlag für die Nachrichtenstelle gewonnen wurde.<sup>168</sup> Jacoby konzentrierte sich mit eher mäßigem Erfolg auf die Beobachtung der Orientalen, und bemühte sich in Zusammenarbeit mit der deutschen Gesandtschaft um deren Rekrutierung.<sup>169</sup>

#### 5. 4. Institutioneller Ausbau und Stagnation der amtlichen Orientpropaganda. Die Nachrichtensaal-Organisation (NSO).

Es ist einmal mehr auf die Initiative Max v. Oppenheims zurückzuführen, dass seit dem Frühjahr 1915 die bisherigen Strukturen der Orientpropaganda umfassend ausgebaut wurden. Im März des zweiten Kriegsjahres wurde in Konstantinopel unter Leitung Oppenheims die Nachrichtenstelle der kaiserlichen Botschaft eingerichtet, bei der „die deutsche Propaganda in der Türkei fast vollständig [...] zentralisiert“ war<sup>170</sup>, um vor Ort gezielt politische Werbung betreiben zu können. Der Nachrichtenstelle der Botschaft, die als offizielle Auslandsvertretung der NfO galt, wurde die Nachrichtensaal-Organisation unterstellt. Mit deren Gründung durch Oppenheim verwirklichte der Initiator einen seiner Propagandapläne, der bereits in der Oktoberdenkschrift vorformuliert ist. Als Ausgangsquelle zur Erforschung

---

<sup>167</sup> *W. Bihl*, *Kaukasuspolitik*, Bd. 1, S. 105

<sup>168</sup> Ebd.

<sup>169</sup> Ebd., S. 106

<sup>170</sup> *M. v. Oppenheim*, *Die Nachrichtensaal-Organisation und die wirtschaftliche Propaganda in der Türkei, ihre Übernahme durch den Deutschen Überseedienst*, Berlin 1917, S. 15

dieser noch wenig berücksichtigten Einrichtung steht ein Memorandum des Gründers zur Verfügung.<sup>171</sup>

Oppenheim errichtete mit Unterstützung des Auswärtigen Amtes innerhalb eines Jahres 70 Nachrichtensäle, deren Verbreitung sich hauptsächlich auf das türkische Kernland beschränkte. In den von der Türkei beanspruchten Regionen wurden nur wenige Lesesäle eröffnet.<sup>172</sup> Deutsche Beamte und Privatpersonen betraute die Botschaft mit der Leitung der Nachrichtensäle vor Ort. In den größeren Städten leiteten Konsuln die Einrichtungen. Händler und „Notabeln“ führten die Geschäfte in den kleineren Ortschaften. Ihnen standen als Mitarbeiter Angehörige der deutschen Diaspora und türkische Vertrauensleute zur Verfügung.<sup>173</sup> Alle Säle waren nach denselben Prinzipien angelegt. Es wurden großräumige Lokale in zentraler Stadtlage angemietet. Diese waren für Besucher ganztägig geöffnet. An den Wänden waren Informationsbretter angebracht. In der Mitte der Räume befanden sich Lesetische und Stehpulte.<sup>174</sup>

Die NSO diente konsequenterweise der Verwirklichung derselben Ziele, wie sie für die Orientpropaganda des Deutschen Reiches herausgearbeitet wurden, mit dem Unterschied, dass sich die NSO ausdrücklich auch als ein Instrument zur Förderung wirtschaftlicher Interessen verstand.<sup>175</sup> Oppenheim erhoffte sich von seinem Netzwerk gezielte Einflussnahme auf die türkische Öffentlichkeit und eine effektivere Informationskontrolle, als sie von Berlin aus möglich war. Von den Nachrichtensälen ausgehend, sollte deutsche Propaganda ins Umland transportiert, sowie in der Peripherie organisiert werden.<sup>176</sup> Das benötigte Propagandamaterial wurde zweimal wöchentlich mit dem Balkanzug in großer Menge nach Konstantinopel gesandt.<sup>177</sup> Von hier aus versorgte Oppenheim die Nachrichtensäle und öffentliche Einrichtungen in der Türkei, sowie ausgewählte Privatpersonen der lokalen Führungseliten regelmäßig mit

---

<sup>171</sup> Es handelt sich hierbei um die ergänzte Neuauflage der in Anmerkung 280 genannten Denkschrift aus dem Jahre 1916. Die Übernahme durch den Überseedienst war in der Erstauflage noch kein Thema. Auf diese Quelle stützt sich auch die ältere, aber unverzichtbare Untersuchung von *L. Rathmann*, Stoßrichtung Nahost, S. 189-193

<sup>172</sup> Vgl. dazu *L. Rathmann*, Stoßrichtung Nahost, S. 189

<sup>173</sup> *M. v. Oppenheim*, Nachrichtensaal-Organisation, S. 13

<sup>174</sup> Ebd.

<sup>175</sup> *M. v. Oppenheim*, Nachrichtensaal-Organisation, S. 6-12

<sup>176</sup> Ebd., S. 14/15

<sup>177</sup> *L. Rathmann*, Stoßrichtung Nahost, S. 189

aktuellen Tageszeitungen, Illustrierten, Broschüren, Bildbänden, Kriegsberichten, Flugblättern und anderen Druckschriften deutscher und türkischer Propagandastellen.<sup>178</sup>

Die Tätigkeit der NSO beschränkte sich im Wesentlichen darauf, einem interessierten Publikum gefilterte Informationen in bibliotheksähnlicher Atmosphäre zugänglich zu machen. Ferner bemühte sich die NSO bzw. die Nachrichtenstelle der Botschaft um Pressebeeinflussung und die Intensivierung von Film und Lichtbildpropaganda<sup>179</sup>, sowie um ein propagandageeignetes Kulturprogramm.<sup>180</sup> Vielmehr als Kontakte zu türkischen Kinobetreibern scheinen aber nicht zustande gekommen zu sein.<sup>181</sup> Ob sich die Tätigkeit der Balkan-Orient-Film GmbH, die, von Oppenheim in diesem Zusammenhang mitbegründet wurde, in irgendeiner Weise positiv auf die deutsche Propaganda auswirkte, konnte nicht ermittelt werden.

Oppenheim bemühte sich frühzeitig um Kooperation mit der Wirtschaft, sowohl aus propagandistischen Gesichtspunkten als auch aus Kostengründen. Mit der Forcierung deutscher Wirtschaftspropaganda sah der Diplomat die Möglichkeit, Handel und Industrie aktiver als bisher in die amtliche Orientpropaganda einzubinden. Die Wirtschaftsverbände ihrerseits bekundeten seit Kriegsbeginn Interesse an einer intensiven selbstbestimmten Werbung im Nahen Osten und sahen in der NSO eine Erfolg versprechende Perspektive, ihre Ziele zu verwirklichen. Oppenheim stellte als Sprachrohr des Kapitals einen 11-Punkte-Plan zur Intensivierung der Wirtschaftspropaganda durch die NSO zusammen, der die programmatische Grundlage ihrer Tätigkeit nach der Übernahme durch den Deutschen Überseedienst bildete.<sup>182</sup>

Bezüglich der Wirkung der Nachrichtensäle können vor dem Hintergrund des Scheiterns der deutschen Orientpropaganda wiederum nur Vermutungen angestellt werden. Oppenheim beschreibt den Erfolg der

---

<sup>178</sup> M. v. Oppenheim, Nachrichtensaal-Organisation, S. 13/14

<sup>179</sup> Ebd., S. 19; Nach dem Erhalt finanzieller Zuwendungen aus Wirtschaftskreisen und dem Erwerb des Wintertheaters in Konstantinopel durch die deutsche Botschaft wurden erste Filmprojekte im Jahre 1917 in Angriff genommen. L. Rathmann, Stoßrichtung Nahost, S. 193

<sup>180</sup> Mit dem Erwerb der Bühne eröffneten sich zugleich weitere neue kulturpropagandistische Perspektiven, wie Theater-, Variété- und Konzertveranstaltungen. L. Rathmann, Stoßrichtung Nahost, S. 193

<sup>181</sup> Über die allgemeine Feststellung hinaus, dass es zu Filmvorführungen im Orient gekommen ist, können keine konkreten quantifizierenden oder qualifizierenden Angaben gemacht werden. Vgl. dazu unter Berücksichtigung der zeitbedingten Umstände G. Bub, Der deutsche Film im Weltkrieg und sein publizistischer Einsatz, Berlin 1938

<sup>182</sup> M. v. Oppenheim, Nachrichtensaal-Organisation, S. 18/19 und S. 21

Nachrichtensäle als außerordentlich groß, und weiß von entsprechender Nachfrage in der Bevölkerung zu berichten. Diese Aussage kann auf ihren Wahrheitsgehalt hin nicht überprüft werden. Berechtigte Zweifel sind an den vorgelegten Besucherzahlen der Lesesäle aber angebracht. Nach Oppenheim besuchten täglich 10-20.000 Personen die einzelnen Filialen.<sup>183</sup> Hier sei die Frage erlaubt, wie eine solch große Zahl von Menschen vom Personal und den örtlichen Gegebenheiten bewältigt werden sollten. Der Schluss liegt nahe, dass es sich hierbei um Eigenpropaganda Oppenheims handelt, angesichts der unmittelbar bevorstehenden Übernahme seiner Organisation.

Dem beschriebenen institutionellen Ausbau der Orientpropaganda folgte eine lang anhaltende Stagnationsphase. Abgesehen von einigen wenig erfolgreichen Versuchen, die weit verstreuten Propagandakompetenzen zu zentralisieren, ist mit der Gründung der Nachrichtensaal-Organisation die behördliche Grundeinrichtung der Orientpropaganda im Sommer 1915 abgeschlossen.

#### 5. 5. Die Tätigkeit der DTV während des Krieges.

Erwähnenswert ist abschließend die propagandistische Tätigkeit der DTV während des Krieges. Die Deutsch-Türkische Vereinigung erreichte bald nach Kriegsbeginn eine monopolähnliche Stellung auf die deutsche Wirtschafts- und Kulturpropaganda in der Türkei.<sup>184</sup> Die DTV arbeitete weitestgehend unabhängig. Die Kooperation mit amtlichen Propagandastellen, namentlich der Nachrichtenstelle für den Orient - deren Propagandatätigkeit sich inhaltlich auf die Bereiche Krieg, Militär und Politik konzentrierte - ging über lockere persönliche Beziehungen nicht hinaus.<sup>185</sup> Das ambitionierteste von vielen Propagandaprojekten der DTV, grobenteils wurden die in der Vorkriegszeit begonnenen Aktivitäten fortgesetzt<sup>186</sup>, war die Errichtung eines deutsch-türkischen „Hauses der Freundschaft“ in Istanbul. Das Haus war als Kulturzentrum geplant, „um der türkischen Unwissenheit über Deutschland

---

<sup>183</sup> M. v. Oppenheim, Nachrichtensaal-Organisation, S.15

<sup>184</sup> J. Kloosterhuis, „Friedliche Imperialisten“, S. 608

<sup>185</sup> Ebd., S. 642 Anmerkung 67; Personelle Kontinuität durch Mitarbeit einzelner Protagonisten in verschiedenen Propagandaorganisationen führte nicht zwangsläufig zu enger Kooperation dieser Stellen miteinander.

<sup>186</sup> Vgl. Kapitel 3. 2. 3.

abzuhelfen und den französischen Kultureinfluss beiseite zu schieben“.<sup>187</sup> Der DTV schwebte eine „großartige Propaganda mit Anschauungsmaterial“<sup>188</sup> vor, die methodisch an die Tätigkeit der NSO erinnert. Neben der zur Verfügungsstellung entsprechenden Propagandamaterials plante die DTV, ein umfassendes Angebot an Sprachkursen im Haus der Freundschaft anzubieten. Weiterhin sollte das Haus Möglichkeiten für Theater- und Konzertveranstaltungen bieten.

Nach endgültiger Aufklärung verschiedener Missverständnisse mit deutschen und türkischen Behörden im März 1916 organisierte Jäckh eine große Spendenaktion zur Finanzierung des Hausbaus, dessen Planung zunehmend in den Mittelpunkt der Vereinstätigkeit rückte.<sup>189</sup> Nach Überwindung weiterer Schwierigkeiten fand am 22. April 1917, dem Tag der Thronbesteigung Mehmed V., im feierlichen Rahmen die Grundsteinlegung statt. Deutsche und Türken nutzten dieses Ereignis zu Propagandazwecken. Hochrangige Vertreter des politischen und wirtschaftlichen Establishments beider Staaten nahmen an den Feierlichkeiten teil.<sup>190</sup> Im Oktober 1917 inspizierte Kaiser Wilhelm II. persönlich den Fortschritt der Bauarbeiten anlässlich einer Visite in der türkischen Hauptstadt. Damit erlosch der propagandistische Glanz um das Haus der Freundschaft. Der militärische Zusammenbruch der Mittelmächte verhinderte die Fertigstellung des Zentrums, auf das nicht viel mehr als ein ausgehobenes Fundament hinwies.<sup>191</sup>

Ein zweiter Schwerpunkt der Tätigkeit der DTV lag in der Organisation und Durchführung eines seit 1915 ausgebauten bilateralen Schüler-, Studenten- und Lehrlingsaustausches.<sup>192</sup> Die türkische Jugend sollte sich auf diese Weise aus eigenem Erleben von der Überlegenheit deutscher kultureller und wirtschaftlicher Errungenschaften überzeugen und für deutsche Interessen im Orient sensibilisiert werden. Schließlich übernahm auch die DTV im Rahmen ihrer Möglichkeiten Versuche auf die türkische Presse

---

<sup>187</sup> Zitiert aus dem Protokoll der 10. Vorstandssitzung der DTV vom 10./11. August 1915 nach *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“, S. 626

<sup>188</sup> Ebd.

<sup>189</sup> *L. Rathmann*, Stoßrichtung Nahost, S. 187/188; *J. Kloosterhuis*: „Friedliche Imperialisten“, S. 628/629

<sup>190</sup> *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“, S. 631/632

<sup>191</sup> Ebd.

<sup>192</sup> Vgl. dazu Ebd., S. 619-622

regulierend einzuwirken.<sup>193</sup> Selbst die finanziell von Reichsmitteln unabhängige Deutsch-Türkische Vereinigung wusste demnach keine Propagandavisionen zu entwerfen, die über das übliche Repertoire öffentlichkeitspolitischer Steuerungsinstrumente und Methoden hinausging.

---

<sup>193</sup> *L. Rathmann, Stoßrichtung Nahost, S. 186*

## 6. Patentlösungen oder Kopfgeburten? Zusammenfassung und Ausblick.

Propaganda galt den Strategen des Deutschen Reiches als eine Wunderwaffe der Kriegsführung, deren Beherrschung einen baldigen Sieg dadurch verbürgen werde, dass die internationale Öffentlichkeit durch gezielte und intensive Beeinflussung für den deutschen Standpunkt gewonnen wird, wie auch immer dieser im Einzelfall aussehen mochte. Ein Sieg im *Krieg um die Köpfe* galt als eine Grundvoraussetzung für den militärischen Erfolg. Umso erstaunlicher ist es daher, dass sich das Deutsche Reich auf einen Propagandakrieg als nicht vorbereitet zeigte. Man sah sich erst veranlasst die Propaganda institutionell auf- und auszubauen, nachdem sich abzeichnete, dass der Stellungskrieg auf längere Zeit als militärische Determinante Bestand haben würde. Seit Ende 1914 wurden, wie die vorliegende Studie gezeigt hat, mit großem Aufwand die strukturellen Voraussetzungen geschaffen.

Im Zentrum der Auslandspropaganda steht das Auswärtige Amt. Von hier aus wurde die amtliche und halbamtliche Orientpropaganda organisiert und koordiniert. Aus der Vielzahl der für den Nahen Osten zuständigen Propagandastellen ragen die Zentralstelle für Auslandsdienst und besonders die Nachrichtenstelle für den Orient, sowie die privat organisierte Deutsch-Türkische Vereinigung an Bedeutung heraus. Die NfO wurde auf Anregung Max von Oppenheims im November 1914 als Instrument zur Planung und Durchführung von Propagandamaßnahmen zur Realisierung der deutschen Orientkriegspolitik gegründet. Gemeinsam mit dem Auswärtigen Amt und der deutschen Botschaft in Konstantinopel, sowie der ihr angeschlossenen Nachrichtenstelle, oblag es der NfO und ihrem informationsdienstlichen Netzwerk, die offiziöse und amtliche Orientpropaganda im Nahen Osten, im neutralen und verbündeten Ausland, sowie im Deutschen Reich methodisch und inhaltlich zu betreiben. Sie nahm diesbezüglich eine monopolähnliche Stellung ein.

Die Propaganda diente allgemein der Selbstdarstellung des Deutschen Reiches zur Einflussnahme auf die Meinungsbildung einer internationalen Öffentlichkeit. In den Ententestaaten sollte auf diese Weise die Entschlossenheit und Kriegsmoral unterminiert werden. Das neutrale Ausland hoffte man zu einem Kriegseintritt auf Seiten der Mittelmächte bewegen zu

können, zumindest aber zur Aufrechterhaltung der Neutralität. Im verbündeten Ausland diente der Propagandaeinsatz der Konsolidierung der Vertrauensbasis und der Aufrechterhaltung der Allianz. Die Propaganda hatte die Funktion im Rahmen deutscher Deutungsmuster zwischen den Blöcken zu polarisieren. Das heißt, es wurden Freund- und Feindbilder geschaffen und für die psychologische Kriegsführung operationalisiert. Konkret hatte die Propaganda den Zweck zu erfüllen, der ausländischen Öffentlichkeit deutsche Wertvorstellungen und Deutungsmuster aufzuzwingen. Sie hatte zu beweisen, dass Deutschland als Kulturnation einen Verteidigungskrieg führt, an dessen Ausbruch man unschuldig ist. Die Gerechtigkeit der eigenen Kriegsführung wurde betont, die der Gegner kriminalisiert und dämonisiert. In diesem Zusammenhang wurde die Öffentlichkeit psychologisch auf bevorstehende politische und militärische Maßnahmen vorbereitet. Denn wenn schon Krieg herrsche, so wolle man sich für eine gerechtere Weltordnung einsetzen, so der Tenor deutscher Propaganda. Vor dem Hintergrund imperialistischer Begehrlichkeiten im Nahen Osten und vermeintlicher militärischer Notwendigkeit versuchte die NfO, einen Volkskrieg, als Unabhängigkeitskampf propagiert, in den islamisch dominierten Ländern gegen die kolonialen Besatzungsmächte England, Russland und Frankreich zu entfachen. Auf diese Weise sollten die Ententemächte entscheidend militärisch geschwächt und abgelenkt werden; dadurch dass erhebliche Teile ihrer Armeen an der Peripherie gebunden werden. So hoffte man, könnten entscheidende Vorteile für die deutsche Kriegsführung an den europäischen Fronten erzielt werden.

Einen inhaltlichen Schwerpunkt der Orientaufklärung bildete daher die Revolutionierungspropaganda, die Aufforderung zur Teilnahme am Heiligen Krieg. Zur Verwirklichung dieser Strategie, worin die Hauptaufgabe der NfO zu suchen ist, setzte die Nachrichtenstelle im Wesentlichen auf Druckschriftenpropaganda. Dass heißt, man betrieb Herstellung und Vertrieb von Flugschriften, Broschüren und Büchern einerseits und pressepolitische Aktivitäten andererseits, aber auch Bildungsveranstaltungen- bzw.

Einrichtungen aller Art<sup>1</sup>, sowie propagandageeignete Kulturveranstaltungen auf dem Unterhaltungssektor.

Eine besondere Propagandavariante stellte die Errichtung spezieller Gefangenenpropagandalager für muslimische Kriegsinternierte dar. In den Lagern sollten für den Auslandseinsatz Propagandakader ausgebildet werden. Des Weiteren entsendete die NfO Agenten in die Länder des Orients und warb um Multiplikatoren für deutsche Wertvorstellungen im Ausland. Die Propagandapläne gehen mehrheitlich auf die Oppenheimsche Denkschrift zur Revolutionierung der islamischen Gebiete vom Oktober 1914 zurück. Oppenheim ist eine der Schlüsselfiguren der Orientpropaganda, sein Einfluss darf aber nicht überbewertet werden.<sup>2</sup> Er kann als bewandertes Systematiker bezeichnet werden, nicht aber als großer Stratege, Theoretiker oder weitsichtiger Organisator. Zur Beleuchtung anderer bedeutender Akteure fehlte es der Untersuchung an Literaturbasis.

Zwischen Anspruch und Realität deutscher Propagandaplanungen ist ein diametraler Widerspruch festzustellen, der sich nur auflösen lässt, wenn man bereit dazu ist, neben den unzureichenden Propagandastrukturen den häufig fehlenden Realitätsbezug der Planungsstellen zu akzeptieren. Die in der Überschrift zu diesem Kapitel gestellte Frage soll an dieser Stelle kurz zu beantworten versucht werden. Für eine erfolgreiche Propaganda gelten die politischen, militärischen und organisatorischen Rahmenbedingungen, sowie die Professionalität der Propagandisten, ferner die inhaltliche und rhetorische Form der Propagandavermittlung als wichtige Voraussetzungen. Diese Grundsätze wurden scheinbar zu wenig berücksichtigt. Die nahezu überwältigende Erfolglosigkeit der Orientpropaganda ist auf verschiedene Ursachen zurückzuführen. Auf die m. E. wichtigsten soll im Folgenden hingewiesen werden. Zunächst einmal sind strukturelle Mängel zu nennen. Mit der Einrichtung der NSO war der institutionelle Aufbau der gouvernementalen Orientpropaganda bereits abgeschlossen, ohne dass weitere Reformerfordernisse berücksichtigt wurden. Das heißt, im Jahre 1915 existierte eine Fülle von privaten und amtlichen Propagandastellen für den

---

<sup>1</sup> Gemeint sind Vorträge, Lehrveranstaltungen, zur Verfügungsstellung von Informationsmaterial, etc.

<sup>2</sup> Zu einer anderen Einschätzung gelangt G. Hagen. Hagen sieht in Oppenheim mehr als einen Verwalter und Ideengeber. Seiner Meinung nach ist der Kölner „Geistiger Vater des Ğihād von 1914“. *G. Hagen, Die Türkei im Ersten Weltkrieg*, S. 30/31

Nahen Osten, die kaum miteinander koordiniert waren. Vielmehr ist Isolationismus festzustellen. Darüber hinaus bestanden häufig Konkurrenzverhältnisse und Kompetenzgerangel zwischen den verschiedenen Akteuren.<sup>3</sup>

Verschärfend wirkte sich in diesem Kontext der militärische Führungsanspruch über die Auslandspropaganda aus, der zu anhaltenden Kompetenzkonflikten mit der Reichsregierung führte. Trotz theoretischer Konzentration der Orientpropaganda auf einige wenige Organisationen, erwies sich die Zahl der Instanzen als zu hoch für erfolgreiche Arbeit. Der Mangel an Zentralisierung, trotz fortwährender dahingehender Bemühungen, war neben dem Fehlen weiteren systematischen strukturellen Ausbaus ein Grund für das Scheitern der Orientpropaganda.<sup>4</sup> Es wäre die Mühe wert zu untersuchen, inwiefern dieser Mangel im System der umgangenen Entscheidungen des Kaiserreiches, wie Mommsen es formuliert hat, begründet liegt, da auch die Propagandastrukturen ein Kind dieses Systems sind.<sup>5</sup> Ein weiteres Problem stellen die Propagandisten selbst dar. Am Beispiel der NfO wurde gezeigt, dass ein hohes Maß an fachwissenschaftlicher Kompetenz nicht einhergehen muß mit propagandistischen Fähigkeiten.<sup>6</sup> Die inhaltliche und rhetorische Gestaltung der Mehrheit der Druckerzeugnisse war für propagandistische Zwecke nicht geeignet und für die Adressaten nicht verständlich. Das liegt nicht zuletzt am eingeschränkten, elitären Begriff von öffentlicher Meinung unter den Propagandisten, die sich i. d. R. an ein hochgebildetes Publikum richteten. Bisweilen frappierende Unkenntnis über die konkreten gesellschaftlichen Verhältnisse in den Ländern des Orients trug ihren Teil zum Misslingen bei. Somit erreichte die Propaganda nur in seltenen Fällen ihre Empfänger.

Davon abgesehen bestand zu keiner Zeit eine effektive Informations- und Rezeptionskontrolle. Das heißt auch, die Agitierten konnten sich ihre Propagandisten selbst aussuchen. Unwägbarkeiten und Unsicherheiten dieser Art, aber auch das Fehlen dauerhafter politischer Perspektiven wie sie Gehrke

---

<sup>3</sup> *F. Dahlhaus*, Möglichkeiten und Grenzen, S. 238

<sup>4</sup> Dazu auch *S. Kestler*, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 33-35

<sup>5</sup> *W. J. Mommsen*, Das Deutsche Kaiserreich als System umgangener Entscheidungen, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat, S. 11-38; Vgl. ferner *W. J. Mommsen*, Die latente Krise des Wilhelminischen Reiches. Staat und Gesellschaft in Deutschland 1890-1914, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat, S. 287-315

<sup>6</sup> Vgl. auch *S. Kestler*, Deutsche Auslandsaufklärung, S. 47

am Beispiel der Persienpolitik herausgearbeitet hat<sup>7</sup>, wurden von den deutschen Propagandastellen ignoriert oder aus Naivität falsch eingeschätzt. Das Gottvertrauen in die Wirkungsmächtigkeit von Propaganda ließ die Protagonisten übersehen, dass sich die Öffentlichkeit nicht ohne weiteres instrumentalisieren ließ und orientalische wie deutsche Mitarbeiter, namentlich der NfO, bisweilen eigene Interessen verfolgten<sup>8</sup>, wie übrigens auch der türkische Bundesgenosse. Es gelang den Deutschen zu keiner Zeit, die Kontrolle über die öffentliche Meinung in den Staaten Nord-Afrikas und des Nahen Ostens auszuüben, zumal seit 1915 eine strukturelle und inhaltliche Stagnation in der Orientpropaganda festzustellen ist. Insgesamt betrachtet blieb die deutsche Orientpolitik und Propaganda bis zuletzt ein Provisorium. Versäumnisse der Vorkriegszeit konnten nicht aufgeholt werden, wie etwa die Entwicklung einer realistischeren Strategie für die Kriegsführung an der Peripherie. Diese Tatsache belegt besonders eindrucksvoll das Fiasko der deutschen Insurrektionsbemühungen und die vor den eigenen Ansprüchen völlig gescheiterte Ğihādpropaganda.<sup>9</sup> Somit muß festgestellt werden, dass die Deutschen keineswegs über propagandistische Patentlösungen verfügten. Im Gegenteil, die Mehrzahl der vorgeschlagenen oft abenteuerlichen Maßnahmen kamen über das Planungsstadium nicht hinaus und blieben Kopfgeburten, wie gezeigt werden konnte.<sup>10</sup>

Auf dem historischen Forschungsfeld deutscher Auslandspropaganda bietet speziell die Orientpropaganda viel versprechende Perspektiven, die im Folgenden kurz skizziert werden sollen. Die vorliegende Untersuchung hat gezeigt, dass die Strukturen der deutschen Orientpropaganda zumeist nur im Rahmen des Grundsätzlichen bekannt sind. Hier sind weitere Studien erforderlich. Das gilt besonders für die Versuche propagandistischer Begleitung der Insurrektionsstrategie, die im Wesentlichen eine Propagandastrategie ist. Die Propagandamethoden im Einzelnen sind noch

---

<sup>7</sup> U. Gehrke, Persien in der deutschen Orientpolitik, Bd. 1, u. a. S. 21

<sup>8</sup> Als ein Hauptproblem erwies sich u. a., dass es sich bei den designierten Agenten und Instruktoren zum großen Teil um Blender und Dilettanten handelte, die entweder das Abenteuer oder das schnelle Geld suchten. Die sich dem Auswärtigen Amt zur Verfügung stellenden Personen wurden zumeist ohne Prüfung ihrer Fähigkeiten unkritisch in Dienst gestellt.

<sup>9</sup> Erfolgreich waren die Bemühungen nur vereinzelt und kurzfristig. Es gelang beispielsweise in Persisch-Arabistan Stämme aufzuwiegeln. U. Gehrke, Persien in der deutschen Orientpolitik, S. 92; Der angestrebte flächendeckende Volkskrieg konnte nicht annähernd verwirklicht werden.

<sup>10</sup> Zur Kritik an der Orientpropaganda vgl. u. a. H. L. Müller, Islam, S. 225

nicht abschließend erforscht. Das gilt namentlich für die Propagandamissionen der Expeditionen ebenso wie beispielsweise für die Presse- und Informationspolitik im Orient. Besonders ergiebig verspricht eine entsprechende Untersuchung über Ägypten zu sein. Das Land stand im Zentrum deutscher Bemühungen wurde aber diesbezüglich noch keiner wissenschaftlichen Untersuchung gewürdigt.<sup>11</sup> H. L. Müller hat mit seiner mehrfach zitierten Studie Anstöße gegeben, die deutschen Propaganda in Ägypten, dem die Strategen der Kriegsführung größte Aufmerksamkeit schenkten, näher zu untersuchen. Eine solche Studie hätte sich nicht nur auf die pressepolitischen Aktivitäten des Deutschen Reiches zu beschränken, wie es sich die Mehrheit der Untersuchungen zur deutschen Propagandageschichte zur Aufgabe gemacht hat, sondern im Wirkungszusammenhang mit der deutschen Ägyptenpolitik vor und während des Krieges die konkreten Strukturen, Intentionen und Methoden der Orientpropaganda herauszuarbeiten.

In diesem Kontext böte sich die Möglichkeit, eine systematische Untersuchung der Nachrichtenstelle für den Orient durchzuführen.<sup>12</sup> Die Geschichte der wohl bedeutendsten amtlichen Organisation ist bislang nur fragmentarisch erschlossen und beruht zum großen Teil auf subjektiven Wahrnehmungen der Memoarienschreiber. Neben einer Anwendung und Ausweitung der Fragestellung der vorliegenden Untersuchung auf Ägypten wäre es interessant, nach methodischen Möglichkeiten zu suchen, die Wirkung von Propaganda zu ermitteln und davon ausgehend die Frage zu beantworten, ob sich vor Ort eine zur amtlichen Informationspolitik alternative Kommunikationskultur entwickeln konnte, welche eine unabhängige Meinungsbildung über Kriegsgeschehen und Regierungsplänen in Teilen der Bevölkerung ermöglichte.<sup>13</sup> Möglicherweise ergeben sich bislang ungeahnte Fragestellungen aus der Sichtung des entsprechenden Aktenmaterials.

---

<sup>11</sup> H. L. Müller hat bewusst auf eine Untersuchung Ägyptens verzichtet.

<sup>12</sup> Die Quellengrundlage nimmt sich hierfür sehr günstig aus. Umfangreiches Aktenmaterial befindet sich in den Beständen des Politischen Archivs des Auswärtigen Amtes. Speziell zur NfO stehen u. a. folgende Aktenreihen zur Verfügung: PA-AA, I.A., Deutschland 126g, Orientpressediens, Bde. 1-9 (Material zur Gründung und Organisation der Berliner Zentrale); PA-AA, I.A., Deutschland 126g adh. 1, Tätigkeit der Nachrichtenstelle für den Orient, Bde. 1-27 (Januar 1915 bis Dezember 1919); PA-AA, I.A., Türkei 167, Türkische Presse, Bde. 9-14 (Organisation und Tätigkeit in Konstantinopel, 1915-1918). Publizistik der Organisation; Vgl. dazu *J. Kloosterhuis*, „Friedliche Imperialisten“, S. 441

<sup>13</sup> Anstöße für eine solche Untersuchung liegen bereits vor. Vgl. U. Daniel, Informelle Kommunikation und Propaganda in der deutschen Kriegsgesellschaft, in: *S. Quandt/H. Schichtel* (Hg.), *Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis*, Gießen 1993, S. 76-94

## Abkürzungsverzeichnis

BuFA	Bild- und Filmamt
DTV	Deutsch-Türkische Vereinigung
KNO	Korrespondenzblatt der Nachrichtenstelle für den Orient
MAA	Militärische Abteilung des Auswärtigen Amtes
NfO	Nachrichtenstelle für den Orient
NSO	Nachrichtensaal-Organisation
OHL	Oberste Heeresleitung
Ohla	Auslandsabteilung der Obersten Heeresleitung
WTB	Wolffsche Telegraphenbureau
ZfA	Zentralstelle für Auslandsdienst

## Quellen- und Literaturverzeichnis

### 1. Quellen

#### 1. 1. Unveröffentlichte Quellen

PA-AA, R20938, WK Nr. 11. Unternehmungen und Aufwiegelungen gegen unsere Feinde. Allgemeines, Bd. 2, *Oppenheim, M. Frh. v.*, Denkschrift betreffend die Revolutionierung der islamischen Gebiete unserer Feinde

#### 1. 2. Veröffentlichte Quellen

*Geiss, I.* (Hg.), Julikrise und Kriegsausbruch 1914, Bd. 2, Hannover 1964

*Hagen, G.*, Die Türkei im Ersten Weltkrieg. Flugblätter und Flugschriften in arabischer, persischer und osmanisch-türkischer Sprache aus der Sammlung der Universitätsbibliothek Heidelberg eingeleitet, übersetzt und kommentiert, Frankfurt a. M. 1990

*Johann, E.* (Hg.), Reden des Kaisers. Ansprachen, Predigten und Trinksprüche Wilhelm II, München<sup>2</sup> 1972

*Kautsky, K.*, Die deutschen Dokumente zum Kriegsausbruch, Bde. 3/4, Berlin 1927

*Oppenheim, M. Frh. v.*, Die Nachrichtensaal-Organisation und die wirtschaftliche Propaganda in der Türkei, ihre Übernahme durch den Deutschen Überseedienst, Berlin 1917

### 2. Zeitschriften

Korrespondenzblatt der Nachrichtenstelle für den Orient (Jahrgang 1916)

Der Neue Orient (Jahrgang 1917)

### 3. Literatur

*Albes J.*, Worte wie Waffen: Deutsche Propaganda in Spanien während des Ersten Weltkrieges, Essen 1996

*Becker, C. H.*, Deutschland und der Heilige Krieg, in: Internationale Monatsschrift für Wissenschaft, Technik und Kunst, Bd. 9, 1915, Sp. 631-662

*Bernhardi, F. v.*, Deutschland und der nächste Krieg, Stuttgart/Berlin 1912

*Bihl, W.*, Die Kaukasus-Politik der Mittelmächte, Teil I. Ihre Basis in der Orientpolitik und ihre Aktionen 1914-1917, Wien 1975

*Bihl, W.*, Die Kaukasus-Politik der Mittelmächte, Teil II. Die Zeit der versuchten kaukasischen Staatlichkeit 1917-1918, Wien 1992

*Bub, G.*, Der deutsche Film im Weltkrieg und sein publizistischer Einsatz, Berlin 1938

*Caskel, W.*, Max Freiherr von Oppenheim (1860-1946), in: Zeitschrift der Deutschen Morgenländischen Gesellschaft, Bd. 101 (NF. Bd. 26), 1951, S. 3-8

*Creutz, M.*, Die Pressepolitik der kaiserlichen Regierung während des Ersten Weltkrieges. Die Exekutive, die Journalisten und der Teufelskreis der Berichtserstattung, Frankfurt a. M. 1996

*Dahlhaus, F.*, Möglichkeiten und Grenzen auswärtiger Kultur- und Pressepolitik dargestellt am Beispiel der deutsch-türkischen Beziehungen 1914-1928, Frankfurt a. M. 1990

*Daniel, U.*, Informelle Kommunikation und Propaganda in der deutschen Kriegsgesellschaft, in: Quandt, S./Schichtel, H.(Hg.), Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis, Gießen 1993, S. 76-94

*Deist, W.*, Flottenpolitik und Flottenpropaganda. Das Nachrichtenbureau des Reichsmarineamtes 1897-1914, Stuttgart 1976

*Deist, W.*, Militär, Staat und Gesellschaft. Studien zur preußisch-deutschen Militärgeschichte, Bd. 1, München 1991

*Eisermann, T.*, Pressephotographie und Informationskontrolle im Ersten Weltkrieg. Deutschland und Frankreich im Vergleich, Hamburg 2000

*Eltzbacher, P.*, Die Presse als Werkzeug der auswärtigen Politik, Jena 1918

*Epstein, K.*, Matthias Erzberger und das Dilemma der deutschen Demokratie, Berlin/Frankfurt a. M. 1962

- Farah, I.*, Die deutsche Pressepolitik und Propagandatätigkeit im osmanischen Reich von 1908-1918 unter besonderer Berücksichtigung des „Osmanischen Lloyd“, Stuttgart 1993
- Fischer, F.*, Griff nach der Weltmacht. Die Kriegszielpolitik des kaiserlichen Deutschlands 1914-1918, Düsseldorf 2000 (Nachdruck der Sonderausgabe von 1967)
- Fischer, F.*, Deutsche Kriegsziele. Revolutionierung und Separatfrieden im Osten 1914-1918, in: Historische Zeitschrift, Bd. 188, 1959, S. 249-310
- Fischer, F. M.*, Deutsche Propaganda im Ausland, Würzburg 1924
- Fischer, H. D.* (Hg.), Pressekonzentration und Zensurpraxis im Ersten Weltkrieg. Texte und Quellen, Berlin 1973
- Fischer, P.*, Die propagandistische Funktion von Bildpostkarten im Ersten Weltkrieg. Motivanalytische Überlegungen, in: Quandt, S./Schichtel, H. (Hg.), Der Erste Weltkrieg als Kommunikationsereignis, Gießen 1993, S. 63-75
- Galli, G.*, Dschihad. Der Heilige Krieg des Islams und seine Bedeutung im Weltkriege unter besonderer Berücksichtigung der Interessen Deutschlands. Vortrag gehalten in Freiburg i. B. und Cassel, Freiburg i. B. 1915
- Glaserapp, H. v.*, Meine Lebensreise. Menschen, Länder und Dinge, die ich sah, Wiesbaden 1964
- Groth, U.*, Persien in der deutschen Orientpolitik während des Ersten Weltkrieges, 2 Bde., Stuttgart 1960
- Grupp, P.*, Voraussetzungen und Praxis deutscher amtlicher Kulturpropaganda in den neutralen Staaten während des Ersten Weltkrieges, in: Michalka, W. (Hg.), Der Erste Weltkrieg. Wirkung, Wahrnehmung, Analyse, Weyarn 1997, S. 799-824
- Haste, C.*, Keep the Home Fires Burning. Propaganda in the First World War, London 1977
- Heine, P.*, Al-ġihād. Eine deutsche Propagandazeitung, in: Welt des Islams, n. s., Bd. 20, 1980, S. 197-199
- Heine, P.*, Leo Frobenius als politischer Agent. Ein Beitrag zu seiner Biographie, in: Paideuma, Bd. 26, 1980, S. 1-5
- Heine, P.*, C. Snouck Hurgronje versus C. H. Becker. Ein Beitrag zur Geschichte der angewandten Orientalistik, in: Die Welt des Islam, Bd. 23/24, 1984, S. 378-387

- Heine, P.*, Sālih aš Šarīf at Tūnisi, a North African Nationalist in Berlin during the First World War, in: *Revue l'Occident Musulman et la Méditerranée*, Vol. 33, 1982, S. 89-95
- Hürter, J.*, Die Staatssekretäre des Auswärtigen Amtes im Ersten Weltkrieg, in: *Wirkung, Wahrnehmung, Analyse*, Weyarn 1997, S. 216-251
- Kampen, W. v.*, Studien zur deutschen Türkeipolitik in der Zeit Wilhelm II., Kiel 1968
- Kämpfer, F.*, Propaganda. Politische Bilder im 20. Jahrhundert. Bildkundliche Essays, Hamburg 1997
- Kahleys, M.*, Muslimische Kriegsgefangene in Deutschland im Ersten Weltkrieg. Ansichten und Absichten, in: Höpp, G./Reinwald, B. (Hg.), *Fremdeinsätze. Afrikaner und Asiaten in europäischen Kriegen, 1914-1945*, Berlin 2000, S. 79-117
- Kestler, S.*, Die deutsche Auslandsaufklärung und das Bild der Ententemächte im Spiegel zeitgenössischer Propagandaveröffentlichungen während des Ersten Weltkrieges, Frankfurt a. M. 1994
- Kielmansegg, P. Graf*, Deutschland und der Erste Weltkrieg, Stuttgart<sup>2</sup> 1980
- Kirchner, K.*, Kriegsflugblätter im Archiv für Zeitgeschichte. Die Ordnung und Verzeichnung der Bestände, in: *Jahresbibliographie der Bibliothek für Zeitgeschichte*, 54. Jahrgang, Stuttgart, 1982, S. 347-354
- Klee, C.*, Die Transocean GmbH, in: Wilke, J. (Hg.): *Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen in Deutschland. Untersuchungen zu ihrer Geschichte bis 1949*, München 1991, S. 135-211
- Klein, F.* (Hg.), *Deutschland im Ersten Weltkrieg*, 3 Bde, Berlin<sup>2</sup> 1970
- Kloosterhuis, J.*, „Friedliche Imperialisten“. Deutsche Auslandsvereine und auswärtige Kulturpolitik, 1906-1918, 2 Bde., Frankfurt a. M. 1994
- Koszyk, K.*, Pressepolitik und Propaganda im Ersten Weltkrieg, in: *Francia*, Bd. 3, 1976, S. 465-475
- Koszyk, K.*, *Deutsche Pressepolitik im Ersten Weltkrieg*, Düsseldorf 1968
- Kröger, M.*, Revolution als Programm. Ziele und Realität der deutschen Orientpolitik im Ersten Weltkrieg, in: Michalka, W. (Hg.), *Der Erste Weltkrieg. Wirkung, Wahrnehmung, Analyse*, Weyarn 1997, S. 366-391,
- Lasswell, H.*, *Propaganda Technique in World War 1*, New York 1927 (Nachdruck Massachusetts 1971)

- Littmann, E.*, Eugen Mittwoch (1876-1942), in: Zeitschrift der Deutschen Morgenländischen Gesellschaft, Bd. 99 (N. F. Bd. 24) 1950, S. 143-146
- Mai, G.*, Das Ende des Kaiserreiches. Politik und Kriegsführung im Ersten Weltkrieg, München<sup>3</sup> 1992
- Maletzke, G.*, Propaganda. Eine begriffskritische Analyse, in: Publizistik, 17. Jahrgang 1972, S. 153-164
- Melka, R. L.*, Max Freiherr von Oppenheim: Sixty Years of Scholarship and Political Intrigue in the Middle East, in: Middle Eastern Studies, Vol. 9, 1973, S. 81-93
- Mittwoch, E.*, Deutschland, die Türkei und der Heilige Krieg, in: Unter eisernem Kreuz. Kriegsschriften des Kaiser-Wilhelm-Dank, Heft 17, Berlin 1915
- Mohr, P.*, Der Kampf um deutsche Kulturarbeit im Nahen Osten, in: Meereskunde. Sammlung volkstümlicher Vorträge zum Verständnis der nationalen Bedeutung von Meer und Seewesen, 9. Jahrgang, Heft 6, Berlin 1915
- Mommsen, W. J.*, Ägypten und der Nahe Osten in der deutschen Außenpolitik 1870-1914, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat. Verfassung Gesellschaft und Kultur im deutschen Kaiserreich, Frankfurt a. M. 1990, S. 140-181
- Mommsen, W. J.*, Das Deutsche Kaiserreich als System umgangener Entscheidungen, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat. Verfassung, Gesellschaft und Kultur im deutschen Kaiserreich, Frankfurt a. M. 1990, S. 11-38
- Mommsen, W. J.*, Die latente Krise des Wilhelminischen Reiches: Staat und Gesellschaft in Deutschland 1890-1914, in: Ders., Der autoritäre Nationalstaat. Verfassung, Gesellschaft und Kultur im deutschen Kaiserreich, Frankfurt a. M. 1990, S. 287-315
- Müller, H. L.*, Islam, ġihād und Deutsches Reich. Ein Nachspiel zur wilhelminischen Weltpolitik im Maghreb 1914-1918, Frankfurt a. M. 1991
- Nadolny, R.*, Mein Beitrag. Erinnerungen eines Botschafters des Deutschen Reiches (Herausgegeben von G. Wollstein), Köln 1985
- Nicolai, W.*, Nachrichtendienst, Presse und Volksstimmung im Ersten Weltkrieg, Berlin 1920

- Ostermann, P.*, Duell der Diplomaten. Die Propaganda der Mittelmächte und ihrer Gegner in Italien während des Ersten Weltkrieges, Weimar 2000
- Rathmann, L.*, Stossrichtung Nahost 1914-1918. Zur Expansionspolitik des deutschen Imperialismus im Ersten Weltkrieg, Berlin 1963
- Richter, J.*, Die Reichszentrale für Heimatdienst. Geschichte der ersten politischen Bildungsstelle in Deutschland und Untersuchung ihrer Rolle in der Weimarer Republik, Berlin 1963
- Rieger, I.*, Die wilhelminische Presse im Überblick 1888-1918, München 1957
- Rohrbach, P.*, Um des Teufels Handschrift. Zwei Menschenalter erlebter Weltgeschichte, Hamburg 1953
- Schabinger von Schowingen, K. E. Frh.*, Weltgeschichtliche Mosaiksplitter. Erlebnisse und Erinnerungen eines kaiserlichen Dragomans, Baden-Baden, 1967
- Schieder, W./Dipper, C.*, Propaganda, in: Conze, W./u. a. (Hg.), Geschichtliche Grundbegriffe, Bd. 5, Stuttgart 1984, S. 69-122
- Schivelbusch, W.*, Eine Ruine im Krieg der Geister. Die Bibliothek von Löwen August 1914 bis Mai 1940, Frankfurt a. M. 1993
- Schöllgen, G.*, „Dann müssen wir aber Mesopotamien sichern!“ Motive deutscher Türkeipolitik in der Zeit Wilhelm II. in zeitgenössischen Darstellungen, in: Saeculum, Bd. 32, 1981, S. 130-145
- Selesnjow, K. L.*, Die Propaganda der kriegführenden Staaten an der russischen Westfront unter den gegnerischen Truppen in den Jahren 1914-1917, in: Zeitschrift für Militärgeschichte, Bd. 1, 1968, S. 58-73
- Snouck Hurgronje, C.*, Deutschland und der Heilige Krieg, in: Internationale Monatsschrift für Wissenschaft, Kunst und Technik, Bd. 9, 1915, Sp. 1026-1042
- Stern-Rubrath, E.*, Die Propaganda als politisches Instrument, Berlin 1921
- Stern-Rubrath, E.*, Aus zuverlässiger Quelle verlautet. Ein Leben für Presse und Politik, Stuttgart 1964
- Stoddard, P. H.*, The Ottoman Gouvernement and the Arabs, 1911 to 1918: A preliminary Study of the Teskilât –i Mahsusa, Ann Arbor/Michigan 1964
- Stürmer, M./Teichmann, G./Treue, W.*, Wägen und Wagen. Sal. Oppenheim jr. & Cie. Geschichte einer Bank und Familie, München/ Zürich 1989

- Treue, W.*, Max Freiherr von Oppenheim. Der Archäologe und die Politik, in Historische Zeitschrift, Bd. 209, 1969, S. 37-74
- Trumpener, U.*, Germany and the Ottoman Empire 1914-1918, Princeton 1968
- Trumpp, T.*, Praktische Erfahrungen bei der Ordnung und Verzeichnung von Kriegsflugblättern, in: Der Archivar, 32. Jahrgang, 1979, Sp. 309-314
- Verhey, J.*, Krieg und geistige Mobilmachung: Die Kriegspropaganda, in: Kruse, W. (Hg.), Eine Welt von Feinden. Der große Krieg 1914-1918, Frankfurt a. M. 1997, S. 176-183
- Wallach, J. L.*, Anatomie einer Militärhilfe. Die preußisch-deutschen Militärmissionen in der Türkei 1835-1919, Düsseldorf 1976
- Welch, D.*, Germany, Propaganda and Total War, 1914-1918, London 2000
- Wilke, J.*, Deutsche Auslandspropaganda im Ersten Weltkrieg. Die Zentralstelle für Auslandsdienst, in: Ders. (Hg.), Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln, Wien, Weimar 1997, S. 79-125
- Wilke, J.* (Hg.), Telegraphenbüros und Nachrichtenagenturen in Deutschland. Untersuchungen zu ihrer Geschichte bis 1949, München 1991
- Winter, J. M.*, The Experience of World War 1, Oxford 1988
- Wippermann, K.*, Politische Propaganda und staatsbürgerliche Bildung. Die Reichszentrale für den Heimatdienst in der Weimarer Republik, Bonn 1976
- Zechlin, E.*, Friedensbestrebungen und Revolutionierungsversuche. Deutsche Bemühungen zur Ausschaltung Russlands im Ersten Weltkrieg, Kapitel III, 5-7, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, Bd. 25, 1961, S. 353-363